



"LA DESINFORMACIÓN, EE.UU., ALLENDE Y EL MERCURIO. CARTOGRAFÍA DE UN ACONTECIMIENTO"

Francisco Javier Alvear López

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

WARNING. Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.

Francisco Javier Alvear López

Hay más de una manera de pelar un gato.
Re-examinando el papel de *El Mercurio* durante el
gobierno de la Unidad Popular en Chile (1970-1973)

TESIS DOCTORAL

Dirigida por el Dr. Bernat López López

Departament d'Estudis de Comunicació



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Tarragona 2015

TESIS DOCTORAL

Francisco Javier Alvear López

Hay más de una manera de pelar un gato.
Re-examinando el papel de *El Mercurio* durante el
gobierno de la Unidad Popular en Chile (1970-1973)

Universitat Rovira i Virgili

Al imperecedero recuerdo del Presidente Salvador Allende, por su consecuencia con sus ideas, por su generosidad y desprendimiento, por su enorme dignidad y valor; por su ejemplo.

Y al de todas aquellas mujeres, jóvenes, niños y hombres que dieron todo, inclusive sus vidas, por hacer posible esta “loca” aventura de la UP, aquellos que más tarde fueron perseguidos, vil y cobardemente torturados, asesinados y hechos desaparecer nada más que por pensar distinto y sin tener más armas que sus ideas.

AGRADECIMIENTOS

A la Universitat Rovira i Virgili (URV), la universidad pública de Tarragona, mi universidad, por todos estos inolvidables años de estudios, trabajo y reflexión, como al programa de becas Martí Franquès, los que finalmente me permitieron concluir este trabajo; y, muy especialmente, al profesor Dr. Bernat López por toda su dedicación, generosidad con su tiempo y agudeza en la conducción a nivel estratégico como de los pequeños y grandes detalles del quehacer investigativo, pero por sobre todo por su enorme calidad humana y su respeto para con uno.

Asimismo, agradecer al Department of Journalism Studies de la Universidad de Sheffield (UK), al Dr. Scott A. Eldridge II y de modo muy especial al Dr. Jairo Lugo-Ocando, con cuyo sagaz trabajo, pleno capacidad, generosidad y desprendimiento el presente esfuerzo pudo ver finalmente la salida del túnel. Igualmente, quisiera manifestar mis cariñosos y sinceros agradecimientos a Pamela Castro y Matt Kendall, pues sin su acogida, permanente estímulo y sabios consejos (existencial-metodológico) la maravillosa aventura inglesa (Birmingham-Sheffield), que involucró este trabajo, simplemente, no hubiera tenido lugar.

También quiera aprovechar la oportunidad de agradecer a todas aquellas personas que con la entrega de su valioso tiempo y conversación me permitieron conocer, de primera mano, los entresijos y todo lo indecible de esta apasionante historia. Algunos como las destacadísimas personalidades de Noam Chomsky y Teun Van Dijk que tuvieron la gentileza de contestar oportunamente a todas mis –a veces angustiosas– preguntas por *e-mail*; otros no menos importantes, también, hicieron su valioso aporte en este sentido a partir de las interesantes entrevistas-conversacionales desarrolladas, como es el caso de Armand Mattelart, los escritores Jesús Manuel Martínez y Margarita Espuña. Otros, igualmente destacados personajes, muy cercanos a esta historia, como es el caso del cineasta Emilio Pacull, hijastro del periodista Augusto Olivares; los nietos del presidente Allende, Alejandro Fernández

Allende y Marcia Tambutti Allende; y uno, indiscutiblemente, de los más cercanos colaboradores del presidente Allende, el catedrático y jurista Dr. Joan Enric Garcés.

Finalmente, no puede dejar de pasar esta oportunidad sin terminar de agradecer profundamente a Paula Varas -mi compañera de tantos años- por su permanente e impecable asesoría (especialmente en lo que respecta al quehacer metodológico de este esfuerzo), toda clase de consejos y especialmente por su ineludible e imprescindible, casi penitente compañía, como la que también me han brindado por todos estos años mis adorables hijos Raissa, Javier y Francisca.

Acreditación de dirección de tesis



Campus Catalunya
Av. Catalunya, 35
43002 TARRAGONA
Tel. +34 977 558 582
Fax +34 977 558 617
www.urv.cat/comunicacio

HAGO CONSTAR que el presente trabajo, titulado "Hay más de una manera de pelar un gato: Re-examinando el papel de *El Mercurio* durante el gobierno de la Unidad Popular en Chile (1970-1973)", que presenta Francisco Javier Alvear López para la obtención del título de Doctor, ha sido realizado bajo mi dirección en el Departamento de Estudios de Comunicación de esta universidad y que cumple con los requerimientos para poder optar a la Mención Internacional.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke, positioned above the date.

Tarragona, 2 de marzo de 2014

El director de la tesis doctoral

Bernat López López

INDICE

PREÁMBULO.....	15
I. INTRODUCCIÓN.....	17
1.1. PUNTO DE PARTIDA.....	19
1.2. PROBLEMA, PREGUNTAS Y PROPÓSITOS	22
1.3. JUSTIFICACIÓN	26
II. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	33
2.1. LA PROPAGANDA.....	34
2.1.1. Algunos (de sus) rasgos fundamentales.....	34
2.1.2. ¿(Cuál es) El Origen de la Propaganda?	41
2.1.3. Las grandes contribuciones propagandísticas (de la historia).....	49
2.1.3.1 El Comité Creel	57
2.1.3.2. El aporte de las figuras canónicas.....	71
2.1.3.3. El modelo propagandístico Nazi.....	89
2.1.4. La Propaganda: Hacia una definición conceptual.....	104
2.1.5. <i>Pool</i> de definiciones y breve discusión conceptual	105
2.1.6. Análisis conceptual (cuali-cuantitativo)	114
2.1.6.1. Selección de componentes neurálgicos	114
2.1.6.2. Elementos neurálgicos/ nucleares del concepto	116
2.1.6.3. Definición operacional de propaganda	123
2.2. LA DESINFORMACIÓN	125
2.2.1. Algunos (de sus) rasgos fundamentales y un breve trayecto histórico de la desinformación.....	125
2.2.2. Algunos principios constitutivos del modelo desinformativo a partir de ciertos aportes teóricos fundamentales	129
2.2.3. Los guardianes de la verdad	148
2.2.4. Principales decálogos (¿apócrifos?) des-informativos.....	157
2.2.5. Las claves desinformativas del “fabricante del consenso”: Walter Lippmann.....	160
2.2.6. Desinformación y guerra	163
2.2.7. Estados Unidos: el gran <i>sponsor</i> del modelo desinformativo mundial/sistema global de medios de comunicación	170
2.2.8. Breve discusión conceptual: hacia una definición operacional de desinformación.....	179
2.2.9. Definición operacional de desinformación	192
2.3. LA MENTIRA	195
2.3.1. Breve genealogía del concepto de la mentira	196
2.3.2. Algunos fundamentos biológicos-culturales del engaño y la mentira	202
2.3.3. La mentira y la construcción de la realidad/verdad	208
2.3.4. El círculo vicioso de la mentira: el autoengaño	210
2.3.5. Mentira y desinformación.....	213
2.3.6. Mentira y (comunicación) política.....	216
2.3.7. La Mentira y los medios de comunicación	221
2.3.8. Algunos fundamentos de la “objetividad” (verdad) periodística	223
2.3.9. Breve discusión conceptual y algunas (útiles) definiciones de mentira.....	235
2.3.10. A modo de corolario	243

III. CONTEXTO HISTÓRICO, POLÍTICO, SOCIAL Y COMUNICACIONAL.....	245
3.1. EL CASO DE CHILE	248
3.1.1. El mega-plan dual de intervención/desestabilización.....	251
3.1.1.1. El lado oscuro del mega-plan dual: Covert Action	258
3.1.1.2. (Programas) líneas de acción	259
3.1.1.3. Las (tres) fases	268
3.1.1.4. Los componentes y dispositivos: la pauta desinformativa	288
3.1.2. La Pauta desinformativa.....	302
3.2. EL MERCURIO, EL “CLAN EDWARDS” Y EL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL CHILE DE LA UP	311
3.2.1. La saga de los Edwards	316
3.2.2. El “Clan Edwards” y los medios de comunicación en Chile en los años setenta- setenta	318
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	331
4.1. TIPO DE ESTUDIO	331
4.2. ESTRATEGIA EPISTEMOLÓGICA	335
4.3 Fundamentos (teórico) metodológicos	338
4.4. Análisis Crítico del Discurso (ACD)	344
4.4.1. Manipulación y sociedad.....	345
4.4.2. Manipulación y cognición	346
4.4.3. Discurso.....	349
4.5. ESTABLECIMIENTO DE LA MUESTRA/CORPUS	353
4.6. PLAN DE ANÁLISIS	358
4.7 ÉTICA Y ACCESO.....	359
V. RESULTADOS	361
5.1. Caracterización de la muestra de las portadas de El Mercurio	361
5.1.1. Ámbito nacional	369
5.1.2. Ámbito internacional.....	373
5.1.3. Titulares.....	378
5.1.4. PORTADAS MONOGRÁFICAS	379
5.2. análisis de la información	381
5.2.1. ANÁLISIS DE PORTADAS MONOGRÁFICAS	381
5.2.2. Análisis de la información internacional según la pauta desinformativa	387
5.2.3. Análisis de la información de ámbito nacional según pauta desinformativa	389
5.3. Análisis cualitativo: la estrategia discursiva mercurial	392
5.4. Estrategia discursiva mercurial al calor de la “pauta desinformativa” y desde la perspectiva del ACD	398
VI. CONCLUSIONES.....	459
VII. CONCLUSIONS.....	481
EPÍLOGO	499

BIBLIOGRAFIA.....	503
 ANEXOS	 535
ANEXO 1.Informe Church	535
ANEXO 2. Tabla muestra.....	596
ANEXO 3. Hitos relevantes.....	598
COMPLEMENTOS DEL ÍNDICE.....	599
Índice figuras	599
Índice gráficos	600
Índices tablas	601

PREÁMBULO

No veo por qué tenemos que esperar y ver a un país que se vuelve comunista debido a la irresponsabilidad de su pueblo.

Henry Kissinger (Sesión del Comité 40, junio 27, 1970 con motivo de la elección de Salvador Allende (Davis, 1986: 18)

Lo que sucedió con el Sr. Allende... No es una parte de la historia norteamericana que nos haga sentir orgullosos.

Colin Powell¹

Figura 1. Discurso Estadio Nacional. 4 de septiembre de 1971.



Fuente: Archivo Fundación Salvador Allende.

Estadio Nacional de Santiago de Chile, discurso de despedida a Fidel Castro:

¹ Entrevista en “Ayuntamiento de la Juventud”, Televisión Negra de Entretenimiento, 20 de febrero de 2003 (citado en Landau, 2007).

Quienes pretenden sacarnos del camino que nos hemos trazado, quienes mintiendo y calumniando hablan de que en Chile no hay libertad, se ha suprimido el derecho de información, está en peligro la prensa, son los que mixtifican para poder, engañando, encontrar apoyo en determinados sectores, y son los conjurados en el ansia turbia de oponerse a la voluntad popular, y yo les digo a ustedes, compañeros, compañeros de tantos años, se los digo con calma, con absoluta tranquilidad: yo no tengo pasta de apóstol ni tengo pasta de Mesías, no tengo condiciones de mártir, soy un luchador social que cumple una tarea, la tarea que el pueblo me ha dado; pero que lo entiendan aquellos que quieren retrotraer la historia y desconocer a la voluntad mayoritaria de Chile: sin tener carne de mártir, no daré un paso atrás; que lo sepan: dejaré la Moneda cuando cumpla el mandato que el pueblo me diera. Que lo sepan, que lo oigan, que se les grabe profundamente: defenderé esta revolución chilena, y defenderé el gobierno popular porque es el mandato que el pueblo me ha entregado; no tengo otra alternativa; sólo acribillándome a balazos podrán impedir la voluntad que es hacer cumplir el programa del pueblo (Allende, 2006: 163-176).

I. INTRODUCCIÓN

I spent a week in Chile several years ago, and reading (...) El Mercurio was an appalling experience. I presume it hasn't changed much since Allende-Pinochet.

Noam Chomsky²

Hay más de una manera de pelar un gato. Re-examinando el papel de El Mercurio durante el gobierno de la Unidad Popular en Chile (1970-1973) es un trabajo que se ha planteado la compleja y difícil tarea –tal como su título lo indica– de re-examinar el papel que le cupo al diario *El Mercurio* en los convulsos tiempos de la Unidad Popular en el marco de la estrategia de intervención y desestabilización de la democracia chilena, orquestada por el gobierno estadounidense a partir de la década del sesenta. La primera parte del título fue recogida –un aporte del profesor Dr. Jairo Lugo-Ocando– del adagio popular inglés que señala que “there's more than one way to skin a cat”, que en su traducción literal al castellano señala que “Hay más de una manera de pelar un gato”, pero que en cuyo coloquial significado original apunta a la idea de que existe más de una manera de que te “jodan”³, dicho también coloquialmente.

Hablamos de la compleja y difícil tarea, porque a simple vista se podría pensar que respecto de este medio de comunicación escrito está todo o gran parte ya dicho. Mas la obstinada y pesada realidad, en este caso, como en muchos otros, se encarga de decirnos, inclusive a contracorriente de lo que la sabiduría y la paciencia orientales se han encargado majaderamente de grabar en nuestro inconsciente con aquello de “que no hay nada nuevo bajo el sol”, que siempre habrá cosas (hechos y acontecimientos) que ameriten ser re-examinadas y deben serlo a nuestro entender una y otras vez, todas las veces que sea necesario, hasta separar definitivamente el polvo de la paja de la Historia;

²Fragmento de *e-mail* respuesta de Noam Chomsky a una consulta del doctorando. Traducción propia: “Pasé una semana en Chile hace varios años, y la lectura de (...) *El Mercurio* fue una experiencia terrible. Supongo que no ha cambiado mucho desde Allende-Pinochet”.

³ Vocablo empleado en el sentido que se le otorga en el castellano del cono Sur, que se refiere a *perjudicar*.

especialmente, cuando sabemos que muchas veces la Historia, por razones de mezquino pragmatismo y de cálculo político –como en el caso de Chile– se ha encargado de esconder la basuras de nuestras sociedades y pueblos bajo la alfombra. Ello habida cuenta de que aunque el pasado no “exista”, el modo en que es contado cobra una relevancia especial porque no deja de incidir y gravitar de manera categórica tanto en el presente como en el devenir. Y, muy especialmente, porque entendemos que a lo largo de la Historia han ocurrido tragedias terribles y porque el “sufrimiento humano ha sido y es tan frecuente, [que] resulta imprescindible que exista testimonio de él y que se distinga con toda claridad de la leyenda” (Muñoz-Molina, 2010: 8). Por lo demás, parafraseando a Michel Foucault, en este camino, en este juego de la verdad, en definitiva, se trata de dar cuenta de uno mismo (Calderon, 1984), que es en parte el verdadero profundo fin –consciente o no– de todo investigador.

El presente trabajo, por otro lado, en cuanto a su disposición temática está compuesto por las consabidas partes en función de las exigencias de este tipo de esfuerzos intelectuales, a saber, de sus antecedentes generales, metodología, teoría y resultados, que se corresponden con el análisis de la muestra, más su correspondiente índice, introducción, conclusiones y bibliografía. Posee, además, en la sección de anexos solo la versión impresa del Informe Church (1975)⁴ más un par de tablas, por tratarse de un documento fundamental y ampliamente citado en la presente investigación; cuya versión (electrónica), por lo demás, corresponde a la clásica versión traducida directamente del inglés por el Equipo Nizkor y de referenciada en los más importantes trabajos realizados por destacados analistas e investigadores en el tema, así como en los

⁴El Informe Church (*Church Report*) se refiere a un conjunto de 14 informes publicados por el Comité Selecto del Senado de los Estados Unidos entre 1975 y 1976 presidido por el fallecido senador Frank Church. Este informe, que fue conformado (septiembre de 1975) en el marco de la Guerra de Vietnam y el Escándalo Watergate, que involucraba directamente al gobierno de Richard Nixon, para el estudio de las operaciones gubernamentales respecto a las actividades de inteligencia, contiene un capítulo dedicado específicamente a las acciones encubiertas desarrolladas en Chile entre los años 1963 y 1973 (*CovertAction*). En concreto se trata de: *Intelligence Activities. Senate Resolution 21. Hearings before the Select Committee to Study Governmental Operations with Respect to Intelligence Activities of the United States Senate. Ninety-Fourth Congress. First Session. Volume 7. Covert Action. December 4 and 5, 1975. Printed for the use of the Select Committee To Study Governmental Operations With Respect to Intelligence Activities. U.S. Government Printing Office 67-146 O. Washington: 1976. Stock Number 052-070-03264-2* (disponible en el sitio web del gobierno estadounidense: <http://www.intelligence.senate.gov/churchcommittee.html>), de donde el Equipo Nizkor en 1976 realiza directamente la traducción al castellano y que se encuentra disponible en: <http://www.derechos.org/nizkor/chile/doc/encubierta.html>. Consultado el 21/08/2013.

más importantes catálogos de obras y trabajos bibliográficos en el mismo. En relación a otros documentos, hemos considerado francamente innecesaria su incorporación al anexo, dado el espesor y la densidad de los contenidos tratados. De ponernos a agregar documentos en anexo corríamos el serio peligro de llenar más páginas que el trabajo en sí -por la densidad y profundidad del tema- lo cual, dado los tiempos que corren, las tendencias y modas académicas, pudiera haber parecido un tanto excesivo.

1.1. PUNTO DE PARTIDA

Apliquemos cuanta presión podamos sobre la United Status Information Service de Washington para que dé instrucciones a la USIS de Santiago de comenzar a mover los editoriales de *El Mercurio* alrededor de América latina y hacia Europa [Memorandum recibido por el vicepresidente de ITT el 29 de septiembre de 1970]

(U.S. Senate, LXXXIII Congreso, 1973: 614)

La presente investigación encuentra su punto de partida en una afirmación que a esta altura se ha constituido en un verdadero mito, al tiempo que instalado como una verdad o un apriorismo histórico prácticamente indiscutible que señala que en general los medios de comunicación jugaron un rol fundamental en la caída del Presidente Allende (Covacevich, 1971; Bernedo y Porath, 2003 – 2004; Dooner, 1989) y que, en particular, el diario *El Mercurio* **jugó un rol neurálgico, como principal aliado estratégico del gobierno de los Estados Unidos y de su Agencia de Inteligencia Nacional (CIA)** (Selser, 1987). Ello, **en todo el proceso que desembocó en el golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973** (Dinges, 2005) y, **más aún, que fue un factor detonante del mismo o su responsable directo** (Kornbluh, 2000; Klein, 2007).

En efecto, **se ha sostenido que entre 1970 y 1973, este medio de comunicación contribuyó, con el sello de aprobación de los partidos de oposición, de manera decisiva al clima de “agitación” contra el gobierno de Allende con una propaganda que en su mayor parte correspondió al tipo de “agitación subversiva”** (Durán, 1982). E, incluso, **que este medio de comunicación “publicaba todos los días artículos que llamaban, de un modo u otro, a la sedición”** (Salazar, 2010: 291),

como ha sostenido Carlos Altamirano, entonces senador y máxima autoridad del Partido Socialista, el principal partido de gobierno y el partido del Presidente Allende. O que publicaba a diario en editoriales contenido elaborado por la CIA, como ha sostenido el diplomático, abogado y escritor chileno Armando Uribe (Larraín, 2011; Uribe y Opaso, 2001).

Al mismo tiempo, no deja de llamar la atención que hasta el día, de ser así todo lo que se dice de este medio de comunicación, no ha habido un solo acto de contrición y un mea culpa y pedida de perdón por su involucramiento en estos hechos, como hizo el *New York Times* con sus lectores en junio de 2004 tras servir de caja de resonancia de la gran mentira de Bush con motivo de la invasión a Iraq; por el contrario, durante todo este tiempo este medio ha mantenido silencio y cuando no, ha seguido justificando sus acciones so pretexto de haber actuado en defensa (de la libertad y la democracia) y por salvar a la patria (Correa, 2010). Por lo que ha gozado, amparado en el pragmatismo político del proceso de la transición chilena, de una suerte de impunidad, pues lo realmente cierto es que luego de toda desclasificación de abundantes documentos (más de 24.000 mil “papeles”) por parte del gobierno estadounidense, sabemos que las motivaciones y las circunstancias reales que impulsan a este medio a jugar un rol decisivo en los acontecimientos que precipitaron la caída de Salvador Allende están muy lejos de sus edificantes declaradas intenciones, como veremos en algunos pasajes de este trabajo.

Tales afirmaciones, por cierto, despertaron nuestro interés investigativo fundamentalmente en dos direcciones. Nos interesó conocer, sabiendo, a partir del abundante material desclasificado (Department of State, US, 1999) y, muy especialmente, del Informe Church (1975), de la existencia del un amplio y masivo programa de intervención y desestabilización (terrorismo y sabotaje) “de la democracia y el sistema social chileno desarrollado” (Church, 1975): **¿en qué consistió el plan (comunicacional) articulado por la CIA a partir de cual *El Mercurio* se involucra como actor protagónico?, ¿cómo se verificó/vehiculizó –si es que ello ocurrió- dicho plan a través de la páginas mercuriales?, ¿mediante cuál estrategia discursivo-periodística este medio de comunicación lleva a cabo dicho cometido?** y, en definitiva, **¿qué rol le cupo al diario *El Mercurio* en todo esto?** Asimismo, la afirmación que le atribuye la responsabilidad directa o el ser el detonante del golpe de Estado, instalada como una verdad casi irrefutable e indesmentible en amplios sectores

de la opinión pública y académica chilena, especialmente en lo que respecta a los sectores de izquierda, nos pareció tan insostenible como inconsistente (comunicacional) y, por ende, digna de análisis. Al tiempo que operó virtualmente como una provocación y un inmejorable acicate para la ardua tarea investigativa.

Por último, está el convencimiento de que tenemos por delante un amplio campo investigativo relativo a (re)visión de este periódico histórico en construcción, especialmente en lo que respecta al derribo de los mitos –instalados por el relato historiográfico tradicional– de cara al establecimiento de una verdad histórica oficial y compartida por todos, respecto de lo que realmente ocurrió en Chile durante esos años. Sabemos que en tiempos de shock y de conmoción las sociedades, en efecto, tienden a volverse sobre los mitos (Huff & Rea, 2011) y en el caso chileno es posible advertir que la construcción articulada en este sentido por la estrategia de desestabilización de la democracia chilena y de legitimación del golpe de Estado se remitía precisamente a lo que podríamos perfectamente denominar, inspirados en Walter Benjamin y Ernest Cassirer, los “mitos del fascismo” (Rossi, 2006).

Estos, básicamente, señalan la existencia de una grave crisis (sin señalar sus reales causas y consecuencias) y de un gobierno completamente desbordado por los acontecimientos que ponía en peligro la democracia chilena; por lo que la patria por la senda de la revolución (vía chilena al socialismo) se despeñaba gracias al influjo de Moscú y el comunismo internacional, ante lo cual las FF.AA. y lo mejor de la sociedad chilena no tuvieron más remedio que intervenir y alzarse en armas. Resulta sintomático que al golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973 se le llamara “Pronunciamiento Militar”. Ante lo cual aparece como un genuino imperativo volver a los hechos y ello pasa, necesariamente, por el derribo de los mitos y leyendas construidas por el (predominante) relato de los vencedores. Lo cual implica, por cierto, no poca honradez y muy especialmente valor.

El drama ocurrió en Chile, para mal de los chilenos, pero ha de pasar a la historia como algo que nos sucedió sin remedio a todos los hombres de este tiempo, que se quedó en nuestras vidas para siempre (García Márquez, 1974: 33-34).

1.2. PROBLEMA, PREGUNTAS Y PROPÓSITOS

Se ha podido acreditar, a partir de la existencia de abundante material desclasificado existente y, principalmente, del Informe Church (1975), que los Estados Unidos entre 1962-1973 desarrolló un amplio y masivo programa de intervención y desestabilización (terrorismo y sabotaje) “de la democracia y el sistema social chileno desarrollado” (Church, 1975; véase también Randolph, 2014; Guardiola-Rivera, 2013). **Se trató en la práctica de un mega-plan dual** (Alianza para el Progreso y Covert Action) que, **formando parte de giro estratégico de la política exterior estadounidense destinada a América Latina en el marco de la Guerra Fría**⁵ (Erickson & Pepper, 1976), fue **diseñado al más alto nivel**⁶ e **implementado a gran escala** con un coste de “más de mil millones, el mayor programa per cápita hasta entonces en América Latina” (Kissinger, 1975: 460) o, como lo señala William Colby en sus memorias, *Honourable Men: My Life in the C.I.A.* (1978), se trató del plan más amplio de desestabilización contra gobiernos izquierdistas practicado en todo el mundo (Colby, 1978). Su principal **objetivo no fue otro que influir en el curso normal de los acontecimientos políticos en Chile con el propósito fundamental de evitar que Salvador Allende accediera a la primera magistratura de la nación y, más tarde, si esto fracasaba –como así ocurrió–, lisa y llanamente derrocarlo** (Church, 1975).

En concreto, ello se tradujo en **un despliegue desestabilizador que, finalmente, llevándose por delante a una de las democracias más antiguas y estables del mundo** (Debray, 1971) **desembocó irremediabilmente en el golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973** y en una de las más criminalizadas dictaduras militares del referido periodo; principalmente por el gran costo en vidas humanas (en relación al tiempo

⁵Se trató de la racionalización del poder duro (coacción militar y boicot económico) que los Estados Unidos empezarán a implementar en su lucha contra la cultura y las ideas de izquierda en Latinoamérica, en favor de lo que llamaron el *Soft Power* (Poder Suave) (Mattelart, 2007); que en definitiva no es otra cosa que el uso del poder de la cultura, las ideas y medidas políticas: la persuasión. Ello en virtud de las ventajas comparativas y el enorme poderío con que este país emergió en este ámbito (industrias culturales) luego de la segunda guerra mundial (Stonor Saunders, 2013); y dadas las especiales características atribuidas a Chile en relación al concierto de países de la región (Church, 1975), lo cual ameritaba de un “trato” especial.

⁶Se ha podido acreditar que en esta operación intervino directamente el Presidente de la nación, la CIA, los Embajadores, el Congreso y la Comisión 40 (Church, 1975). Ésta última estaba compuesta por un cúmulo selecto de asesores presidenciales del más alto nivel, entre los que se cuentan representantes del Departamento del Estado, de la CIA y del Pentágono. En tiempos de la administración Nixon esta comisión estuvo presidida por Henry Kissinger. Cabe destacar, asimismo, que este alto funcionario del gobierno estadounidense desempeñó, según el senador Otis Pike (que dirigió el fallido Informe Pike), como ayudante especial del presidente respecto de la National Security Agency, como Secretario de Estado e integró el Consejo Nacional de Seguridad (Fallaci, 1978: 449).

transcurrido y al total de la población) (Informe Rettig, 1990; Informe Valech, 2011) y la vulneración de derechos y conquistas sociales que implicó de suyo (Cavallo, Salazar, y Sepúlveda, 1998). En su momento el asesinado excanciller del Presidente Allende, Orlando Letelier, señaló que detrás de todo esto había un solo proyecto: la transformación de Chile hacia el libre mercado y su herramienta fundamental fue el empleo del terror (Klein, 2007: 138)⁷.

Ahora bien, habría que destacar que **el componente central de este mega-plan dual**—que cruzaba de punta a cabo sus dos articulaciones—**fue la comunicación**, como veremos más adelante. En virtud de lo cual fue que la Central Intelligence Agency (CIA) **desarrolló e implementó**, a su vez, **un extenso programa de propaganda (negra), desinformación y mentiras**. De modo tal, en lo que respecta a una de sus principales articulaciones o el lado más oscuro del plan —Covert Action— y al período que nos ocupa (el gobierno de la UP), que los cuantiosos recursos asignados fueron prioritariamente destinados al financiamiento de las diversas actividades del programa propagandístico y de medios de comunicación afines a las ideas promovidas por los Estados Unidos (Church, 1975). El resto de los recursos comprometidos fueron distribuidos entre las otras dos líneas de acción contempladas en esta parte del mega-plan dual, relativas al financiamiento de los partidos políticos (y diferentes organizaciones sociales) y a las acciones de sabotaje y terrorismo.

Entre estas últimas es preciso consignar, al menos, un intento de magnicidio en contra del Presidente (electo) de la República de Chile, Dr. Salvador Allende Gossens⁸(Verdugo, 2003) y otro efectivamente perpetrado en la persona del general

⁷Ello, porque, pese al referido giro copernicano dado en materia de política exterior por los Estados Unidos respecto de Latinoamérica, nunca dejaron de lado la coacción y las “soluciones” al estilo de la Guatemala de Jacobo Albenz en 1954 o del Irán del primer ministro Mossadegh en 1953 (la tradicional doctrina de la zanahoria y el garrote), prueba de ello son las intervenciones militares directas llevadas a cabo en la República Dominicana de Juan Bosch en 1963 y 1965, en el Brasil de João Goulart en 1964, por no referirnos a la fracasada invasión de Cuba en Bahía Cochinos en 1961(Judt, 2006), al Programa Phoenix en Vietnam, que estuvo a cargo entre 1969 y 1970 de William Colby, quien fuera director de la CIA, y que “aniquiló, a menudo mediante el asesinato, a más de veinte mil personas del Vietcong (Fallaci, 1978: 414).

⁸El fallido atentado contra Salvador Allende, a los pocos días de su triunfo electoral en las presidenciales del 70, se trató de un desconocido e ignorado incidente que no trascendió a la opinión pública de la época (Amorós, 2013: 298), seguramentesilenciado por el exacerbado clima de terror y violencia impuesto en Chile por esos días. Tanto que este periodo ha pasado a la historia como los sesenta días que estremecieron Chile (Martínez, 2009: 332). Cabe señalar, además, que este episodio fue decisivo en lo que respecta a la gestación de un *sui generis* grupo de escoltas presidenciales que no dejaría indiferente a nadie en el Chile de entonces: el Grupo de Amigos Personales (GAP). Una de las más polémicas decisiones tomadas por el electo presidente de la república, al poco de ganar las elecciones, y que fue

René Schneider, Comandante en Jefe del Ejército, la principal rama castrense chilena, de un total de cuatro que efectivamente sucedieron en todo el periodo (Olivares, 1970)⁹; una intentona golpista, de un total de cuatro que hubo hasta el 11 de septiembre de 1973, a saber, octubre de 1970, marzo y octubre de 1972 y julio de 1973 (UAH, 2013; Garcés, 1976), junto a una impresionante marea de asaltos bancarios y actos de violencia terrorista que eran atribuidos, con amplia resonancia mediática, a grupos de izquierda (como el MIR) e incluso algunos de ellos a grupos ficticios como es el caso de la inexistente Brigada Obrero Campesina (Martínez, 2009: 332).

Asimismo, **en función del desarrollo e implementación del extenso programa de propaganda, desinformación y mentiras se ha podido acreditar que la CIA contó, entre sus socios locales, con la participación del diario *El Mercurio* como aliado estratégico, quien jugó un rol neurálgico en todo ello** (Church, 1975; Sigmund, 1977). Lo cierto es que esta clase de campañas desinformativo-propagandísticas suelen “ser iniciadas indistintamente por el gobierno o por una de las empresas de medios de comunicación más importantes” (Chomsky y Herman, 2005: 76), como era el caso de la editora de *El Mercurio*. Algunas “son iniciadas conjuntamente por el gobierno y los medios, y todas ellas precisan la colaboración de estos últimos” (Chomsky y Herman, 2005: 76). Tanto es así que se ha llegado a afirmar, al tiempo que a instalar como una verdad o un apriorismo histórico, como hemos visto en los párrafos anteriores, que los medios de comunicación jugaron un rol fundamental en la caída del Salvador Allende (Covacevich, 1971) y que este medio, en particular, jugó un rol neurálgico en todo el proceso que desembocó en el sangriento golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973 (Dinges, 2005); y, más aún, que fue un factor detonante del mismo o su responsable directo (Kornbluh, 2000; Klein, 2007). Igualmente, como hemos visto, se ha sostenido que entre 1970 y 1973, *El Mercurio* contribuyó, con el sello de aprobación de los partidos de oposición, de manera decisiva al clima de “agitación” contra el gobierno de Allende con una propaganda que en su mayoría correspondía al tipo de “agitación subversiva” (Durán, 1982). E, incluso, que prácticamente no había día en que este

muy explotada políticamente por la prensa opositora. Es cuestión de revisar la prensa de este periodo para advertirlo.

⁹Nos referimos a los asesinatos del propio general Schneider (octubre de 1970); el del exministrofreista Edmundo Pérez Zujovic (junio de 1971); el del comandante y edecán naval de Presidente Allende, Arturo Araya Peeters (julio de 1973); y el cometido en la persona misma del Presidente Allende el 11 de septiembre de 1973.

medio de comunicación no hiciera un llamado explícito a la sedición, como señalara el exdirigente y senador socialista Carlos Altamirano Orrego (Salazar, 2010).

Desde 1953 hasta 1970 la Central en Chile subvencionó empresas de radio, revistas escritas por círculos intelectuales, y un periódico derechista semanal. De acuerdo al testimonio de antiguos oficiales, el apoyo a los periódicos se terminó porque se volvieron tan inflexiblemente derechistas como para enemistarse con los conservadores moderados. Con mucho, el mayor –y probablemente el más significativo– caso de apoyo a organizaciones de comunicación fue el dinero suministrado a *El Mercurio*, el principal diario de Santiago, bajo presión durante el régimen de Allende (Church, 1975).

Ahora bien, dado que la comunicación fue un componente central del mega-plan dual y en lo que respecta a su parte más oscura, Covert Action, la CIA desarrolló e implementó un extenso programa de propaganda, desinformación y mentiras en donde el diario *El Mercurio* habría participado como aliado estratégico y jugado un rol neurálgico, la presente investigación posee un triple propósito. Se trata de determinar, entonces, más allá de algunos relatos históricos contruidos al respecto, **¿en qué consistió dicho programa orquestado por la CIA?** y, por otro lado, **¿qué rol le cupo al diario *El Mercurio* en él?** En concreto, consiste en una vez que hayamos estudiado a fondo el Informe Church (1975) en busca de las pistas de dicho programa desinformativo (o inferido su existencia), desentrañar, por un lado, **¿cómo es que se verificó –si fue implementada o no- a través de las páginas de *El Mercurio*?** Y, por otro, **¿cuál fue la estrategia discursiva, informativa y periodística que este medio empleó en función de dicho cometido?** Es decir, se trata de establecer **¿qué dijo? ¿cómo lo dijo? Y ¿con qué propósitos?** Ello en la perspectiva de determinar, en definitiva, **¿cuál fue el verdadero rol que le cupo a este medio de comunicación en el contexto de la estrategia *propagandística y desinformativa* puesta en marcha con fines desestabilizadores de la política chilena de entonces?** Y, de paso, **re-examinar y problematizar (refutando parcialmente) ciertas reclamaciones históricas que se han formulado respecto del rol que le cupo a *El Mercurio* en todo esto.**

Lo anterior, más allá de la visión apocalíptica o catastrofista de la que habla Jacques Rancière a la hora de enfrentar analíticamente los medios de comunicación y, en virtud de la cual, se “pueda tomar prestado a las profundidades filosóficas heideggerianas o al rigor científico y político del marxismo, la tesis que remite siempre al viejo mito de la caverna que presenta a los ignorantes manipulados por aquellos que mueven los hilos” (Fernández-Savater, 2013); como asimismo, en lo que respecta a la leyenda negra o

dorada en función de los efectos persuasivos posibles de atribuir a la prensa, expresada en la dicotomía existente entre el escepticismo mcluhaniano, que ve a la sociedad contemporánea como un remolino caótico como se aprecia en *La Novia Mecánica: Folclore del hombre industrial* (1951) y la desmitificación medial lazarsfeldiana, cuando se advierte que el contexto social condiciona fuertemente el contenido del mensaje medial y no al revés (la “teoría de los efectos limitados” en contraposición a la lasswelleraina “teoría de la aguja hipodérmica”), en *Los medios de comunicación de masas, el gusto popular y la acción social organizada*, escrita con Robert Merlon en 1948.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El Mercurio con toda seguridad es el medio de comunicación más estudiado de Chile y seguramente uno de los uno de los más estudiados de buena parte de mundo, no por nada ostenta el no despreciable record de ser el diario más antiguo de Hispanoamérica (fundado en Valparaíso en 1827); y, muy especialmente, en lo que respecta a cuestiones de representación de género, clase y raza (mapuche), tal y como nos señaló el profesor Teun Van Dijk, al ser entrevistado en los prolegómenos de la presente investigación. No obstante, aunque resulte extraño, en lo que se refiere a la *performance* comunicacional que desplegó durante la administración del presidente Allende, entre septiembre de 1970 e idéntico mes de 1973, fecha en que se produce el golpe de Estado, **creemos que ha sido, al menos, insuficientemente (cuando no mal) estudiado, si no derechamente en muchos aspectos inabordado.**

En efecto, el diario *El Mercurio* fue –y sigue siendo– el medio de comunicación más importante e influyente de Chile (Lagos, 2009; Dermota, 2002; Herrero, 2014). Y no sólo ejerció una enorme influencia como una de las cabeceras más vendidas en todo el país, sino que además, por entonces era dueño de la mayor red de periódicos regionales y otros medios de comunicación entre los que se cuentan varias radios e imprentas que controlaban un importante número de revista de la época (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970; Délano, Luengo y Salazar, 1983; Monckeberg, 2011). En el norte del país era propietario de casi todos los medios de la zona, mientras que en el sur tenía un firme control sobre el mercado, con lo cual la cadena periodística de *El Mercurio* controlaba

cerca de la mitad de la circulación de los periódicos de Chile y, también, un importante segmento del espectro de estaciones radiales y revistas como parte de uno de los mayores conglomerados industriales de Chile (Fagen, 1974). Un rol predominante en el panorama de los medios chilenos que, si bien es cierto que le ha valido, con total seguridad, una importante atención por parte de los diferentes estudiosos en la materia (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970; Soto, 1995; Délano, Luengo y Salazar, 1983)¹⁰, no es menos cierto que –insistimos– no abundan estudios en concreto respecto de la estrategia discursivo-periodística y del rol comunicacional que le cupo durante el gobierno de la Unidad Popular (1970-1973).

No obstante, existe un importante cuerpo académico que ha analizando el papel de los medios en la política de Chile (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970; Garcés, 2013; Qureshi, 2008; Tironi y Sunkel, 2000) enfatizado las características del sistema de medios de comunicación chileno y su papel en la afirmación de la hegemonía política y la ideología oligarca-liberal mediante el examen de las estructuras de propiedad y su relación con la política (González Rodríguez, 2008; Monckeberg, 2011), que ha concluido que Chile se caracteriza por un panorama de los medios de comunicación en donde la mayor parte de la propiedad está concentrada en manos de ciertas élites económicas abiertamente vinculadas a la derecha política: *El Mercurio* es el símbolo y el emblema de ello (Dermota, 2002; Herrero, 2014).

Estos estudios, dicho sea de paso, representan a nuestro juicio un claro correlato de la fuerte estigmatización que este medio presenta en amplios sectores de la opinión pública, especialmente, dentro de los segmentos progresistas de la sociedad chilena, a partir de uno de los episodios más difundidos de los convulsos días de mediados de agosto de 1967, cuando en medio de un paro general de estudiantes en el contexto de la Reforma Universitaria¹¹, un grupo de alumnos de la Pontificia Universidad Católica de

¹⁰En relación a estas obras nos parece pertinente revelar un par de buenas anécdotas. Ambas son muy difíciles de hallar, la primera de ellas porque sufrió la quema en las piras de libros realizadas por los militares a los pocos días del golpe, sobreviviendo a duras penas en alguna biblioteca pública de Santiago de Chile, tal y como nos lo contó uno de sus autores, Armand Mattelart, entrevistado con motivo de esta investigación; con respecto a la segunda de las obras, su primera edición misteriosamente se agotó entiendo record, al punto que –relata Salazar– “parece que la única copia que queda es, en realidad, una fotocopia que se encuentra en la escuela de periodismo de la Universidad de Chile” (Basso, 2012).

¹¹Con este nombre es conocido el largo y lento proceso de profunda transformación (administrativa, social, política y académica) del sistema universitario chileno, que se llevó buena parte del siglo XX desde sus inicios en los años veinte y hasta el golpe de Estado de 1973, fecha en que fue interrumpido. Su fase central se remite precisamente al periodo que va entre los años 1967 y 1973 (Rosenblitt, 1967; Huneeus, 1988).

Chile (U.C.) desplegaron en el frontis de la casa central de esta confesional universidad una, ya mítica, pancarta portadora del sugestivo mensaje: “¡CHILENO: EL MERCURIO MIENTE!”.

Figura 2. Frontis de la Casa Central de la Universidad Católica en Santiago de Chile, viernes 11 de agosto de 1967.



Fuente: *El diario de Agustín* (Agüero, 2008).

Ello correspondió a una rápida reacción por parte de los estudiantes “sublevados” ante los frontales ataques de que estaban siendo objeto, producto de su movilización, por parte del diario *El Mercurio*:

Es patente la inspiración comunista de estos movimientos y hay prueba documental de ella...¹²

Los dirigentes de las universidades, hoy ocupadas por un conglomerado de católicos, pekineses y comunistas...¹³

“El Mercurio miente”, dicen algunos apresurados, por el hecho de que este diario haya descrito la visible inspiración comunista de las guerrillas universitarias...¹⁴

La importancia que reviste este fundacional episodio, al margen de cualquier otra consideración, radica principalmente, según el sociólogo chileno y Premio Nacional de

¹²*El Mercurio* (12 de agosto de 1967), Editorial, pág., 3.

¹³*El Mercurio* (16 de agosto de 1967), Editorial, pág., 3.

¹⁴*El Mercurio* (17 de agosto de 1967), Editorial, pág., 3.

Humanidades y Ciencias Sociales 2007 de ese país, Manuel Antonio Garretón¹⁵, en el hecho de que en él se sitúa el verdadero “pecado original” de este poderoso periódico chileno de cara a los acontecimientos que se avecinan; pues según este analista a partir de allí, este medio perderá eventualmente su estatuto de “medio de referencia” para ir fascistizándose (Agüero, 2008), al pasar virtualmente por encima del conjunto de valores o signos de identificación/verificación que, en términos generales, afirman y legitiman a un medio de esta naturaleza (“medio de calidad”), a saber, la austeridad en la presentación, contenido riguroso, autenticado y contrastado en sus fuentes, pluralismo de las opiniones, rechazo del sensacionalismo, etcétera (Vidal-Beneyto, 2004). Ello explicaría entonces, según el citado sociólogo chileno, la en apariencia inexplicable y al mismo tiempo dura embestida por parte del diario *El Mercurio* contra un cándido movimiento estudiantil, a juzgar por sus simples demandas y reivindicaciones. Lo cual, como señala Garretón, no tiene otra explicación sino el hecho de que este diario intuye muy bien lo que políticamente está en juego en ese momento histórico: el eminente final de la sociedad oligárquica chilena. “La universidad [la U.C.] y el mundo latifundista tenían algo en común: eran, en el 67, los dos restos que quedaban a la oligarquía chilena, a las clases altas tradicionales que se habían expresado en la derecha [política]” (Agüero, 2008).

Es en virtud de lo cual –como plantea Garretón– que *El Mercurio* adoptó una posición extrema tanto frente a la Reforma Agraria como frente a la Reforma Estudiantil que explotó por aquellos días en la Pontificia Universidad Católica de Chile (U.C.) (Agüero, 2008). Una lógica respuesta, por lo demás, si ha de tenerse en cuenta que *El Mercurio*, como órgano de expresión de ese grupo social de poder, es fiel exponente en sus comportamientos y, más específicamente, en su percepción de la realidad, del conjunto de principios, predilecciones y rechazos de ese grupo en cuestión (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970). No olvidemos que, como señala Vidal-Beneyto, la ideología de los “diarios de referencia tiene como núcleos duros los valores y prácticas dominantes en la sociedad a la que pertenecen” (Vidal-Beneyto, 2004). Y, más aún, siendo que este medio ya estaba completamente inmerso, jugando un rol protagónico, en una de las más grandes estrategias de desestabilización de la democracia chilena orquestada por el gobierno de los Estados Unidos (Church, 1975).

¹⁵Sociólogo y politólogo chileno formado en la Universidad Católica de Santiago y doctorado en l'Ecole des Hautes Études en Sciences Sociales de París, ha sido investigador de la FLACSO y actualmente es catedrático de sociología de la Universidad de Chile.

Ahora bien, volviendo luego de este breve excurso a los estudios referidos a *El Mercurio* y este periodo, al margen de lo citado y señalado, tenemos que, básicamente, se ha analizado la cobertura de noticias de la prensa internacional en relación con el gobierno de Allende (Morris, Mueller & Jelin, 1974) y la relación de los medios de comunicación de la época y su postura ideológica (Dooner, 1989); mientras que algunos han examinado específicamente el papel de *El Mercurio* a la hora de influir y dar forma a la opinión pública en Chile (Délano, Luengo y Salazar, 1983; Sunkel, 1986); y en otros autores vemos la posibilidad de clasificar sus estudios históricamente, pues se han remitido a los años anteriores a la administración de Allende (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970; Soto, 1995), o respecto al papel que le cupo a este periódico durante los años de la dictadura militar (1973-1989) (Lagos, 2009; Ossandón, Reyes Matta, Ruiz y Sunkel, 1986).

En general, la hipótesis principal que maneja el primer grupo de autores es que, básicamente, los medios noticiosos articulados en un marco discursivo que refleja la ideología oligarca-liberal predominante rechazaron o trataban peyorativamente las ideas relacionadas con el socialismo, en correlato con lo que algunos autores han denominado el filtro anti-comunista de los medios de comunicación (Chomsky & Herman, 1988). El segundo grupo de estudiosos, por su parte, ha llegado a la conclusión de que los medios de comunicación en Chile, y en particular el diario *El Mercurio*, no sólo actuaron en connivencia con la dictadura en materia de censura y represión informativa sino que en muchos casos colaboraron activamente con los servicios secretos del régimen de Pinochet en casos flagrantes de violación de los Derechos Humanos (Lagos, 2009; Kornbluh, 2003).

Asimismo, existen importantes trabajos que han abordado el periodo en cuestión (Fagen, 1974; Sunkel, 1986; Garay Vera, 2007; Durán, 1982; Alvear, 1987), destacando, en términos generales, que *El Mercurio* se opuso abiertamente al gobierno de la Unidad Popular desde el principio y que durante este período su enfoque editorial fue de apoyo irrestricto al planteamiento de las elites tradicionales junto con cuestionar dura y deslealmente el conjunto de profundas reformas emprendidas por el gobierno del Presidente Allende. Durán, por ejemplo, sostiene que durante este tiempo la *performance* de *El Mercurio* supone no sólo una función de promoción en la perspectiva de salvar el alma de Chile y la sociedad de libre mercado, sino que en consecuencia asume una función propagandística dura (Durán, 1982). De hecho, según

este autor, entre 1970 y 1973, *El Mercurio* contribuyó, con el beneplácito de los partidos políticos de oposición al gobierno de la UP, a la agitación contra el gobierno de Allende, con una propaganda que en su mayoría correspondía abiertamente a una agitación subversiva (Durán, 1982).

Dicho todo lo anterior y dado que, en general, sabemos bastante poco respecto de las relaciones que se establecen entre el uso del lenguaje y las expresiones empleadas en los medios de comunicación, por un lado, y las condiciones antecedentes, correlatos conductuales, cogniciones sociales y consecuencias (de las estrategias discursivas), por otro (Krippendorff, 1990: 255), **la presente investigación pretende ser, en primer lugar, un modesto aporte a la tarea, si no de clausurar definitivamente el debate sobre un aspecto que consideramos insuficientemente explorado en relación al diario *El Mercurio*, sí de complementar este último cuerpo investigativo que se ha hecho cargo del estudio de este importante medio de comunicación durante el referido período (1970-1973), y de contribuir, aunque sea de modo muy incipiente en parte, en relación a este medio, al estudio de las estrategias discursivo-periodísticas y sus efectos en materia de cognición o conductas sociales, en segundo lugar.**

Esperamos, de paso, aclarar o mejorar el conocimiento respecto a algunos apriorismos articulados sobre el particular. Lo cual en nuestra opinión es sumamente importante no solo por un tema de construcción de verdad y exactitud histórica –que también– sino que por sobre todo ante la necesidad de comprender a cabalidad las lecciones que arroja una de las tragedias políticas más importantes de la historia de nuestro tiempo, especialmente de cara a las nuevas generaciones. Y ello pasa, inicialmente, a nuestro entender, como ya hemos señalado, por la lenta y paciente labor de derribar los mitos (y leyendas) contruidos e instalados, cual apriorismos históricos, durante todo el tiempo transcurrido desde el golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973 hasta nuestros días. Sean éstos de un lado o del otro. Una tarea que, si bien es cierto se encuentra muy lejos de los alcances y propósitos de esta investigación, al menos constituye una de nuestras fuentes inspirativas, imprescindibles para el desarrollo de la misma.

II. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Uno de los apriorismos teóricos fundamentales que de suyo presenta nuestro estudio, dado su enfoque eminentemente comunicacional, dice relación con el hecho de que en él aparecen centralmente tres conceptos definidos como clave por estar íntimamente ligados con la comunicación y el lenguaje, a saber, la *propaganda*, la *desinformación* y la *mentira*; y que forman parte, a su vez, de una misma fenoménica exclusivamente humana, ya que nos diferencia del resto de los seres vivos (Pinker, 2001b), relativa al pensamiento, al instinto del lenguaje y la comunicación. Tres conceptos que, dada la natural complejidad –y hasta controversialidad– de los mismos, y a objeto de poder abordarlos de manera más o menos exhaustiva, nos imponen, de algún modo, la necesidad de adoptar una estrategia circular de aproximación a los mismos (Huici, 2010).

Es decir, comenzar desde su periferia, desde sus bordes mismos, un trayecto con el cual se pretende llegar hasta el núcleo conceptual mismo de los términos; el cual, para efectos de nuestro estudio, está representado en la definición operacional a la cual pretendemos arribar. Y dado que se trata de conceptos/fenómenos de los que, cual más o cual menos, todos tenemos una idea más o menos clara de qué tratan, emanada del “sentido común” (Berger y Luckmann, 2001), podemos destacar a priori sus características o rasgos generales, para desde allí examinar otros aspectos constitutivos hasta llegar a una definición (operacional) de los mismos que nos permita operar con ellos en lo que respecta al análisis de las páginas de diario *El Mercurio*. Es evidente, por último, que con ello no existe el ánimo de caer en la tentación de pretender encerrar los conceptos en un número limitado de aspectos como tampoco en la zarandaja de definición única ni mucho menos.

2.1. LA PROPAGANDA

La propaganda es a las democracias lo que las porras a las dictaduras¹⁶.

Noam Chomsky

La mejor manera de hacer propaganda es que no parezca que se está haciendo propaganda¹⁷.

Richard Crossman (citado en Sauders Stonor, 2013: 17)

La propaganda nos ha llevado al poder, la propaganda nos ha permitido conservar desde entonces el poder; también la propaganda nos concederá la posibilidad de conquistar el mundo¹⁸.

Adolf Hitler

2.1.1. ALGUNOS (DE SUS) RASGOS FUNDAMENTALES

Nada más pronunciada la palabra propaganda, cual más o cual menos tenemos una idea respecto de lo que en términos generales implica el concepto. Pero, al mismo tiempo esta noción emana tan solo del conocimiento que brinda el más común de los sentidos: el “sentido común”, que no es otra cosa que el conocimiento de la realidad de la vida cotidiana que se ofrece espontáneamente al sentido (común) de los sujetos y que orienta inicialmente nuestras conductas sociales (Lukmann y Berger, 2008: 35). No obstante, apenas comenzamos a adentrarnos en la tarea de desentrañar el significado más profundo que encierra el concepto de propaganda se advierte claramente que se

¹⁶Expresión que aparece en *La responsabilidad de los intelectuales* (1969), un texto que recoge un conjunto de escritos de Chomsky publicados en *The New York Review of Books* a lo largo de 1967 y que fueron también publicados en los *Cuadernos de Casa de las Américas*, un año más tarde; y, finalmente, en la contraportada del texto *Cómo nos venden la moto* (1996), que recoge su artículo titulado *El control de los medios* publicado junto a Ignacio Ramonet.

¹⁷Esta frase es atribuida a Crossman, que en 1945 fue jefe del Departamento de Guerra Psicológica del gobierno británico, y que refiriéndose a su trabajo señaló: “*The way to carry out good propaganda is never to appear to be carrying it out at all*”.

¹⁸Frase pronunciada por Hitler en el Congreso nazi de Núremberg de 1936, aparece citada con algunas variaciones en numerosos autores, como es el caso de Serge Tchakhotine (Moragas, 1985: 155) y en Domenach, 1968, entre otros.

trata de una tarea compleja, cuestión que en términos generales responde a una suerte de resistencia conceptual que en estricto rigor ofrecen no pocos conceptos en ciencias sociales, por no decir la mayoría. Al respecto, Jean-Marie Domenach, con uno de los trabajos pioneros en el tema, *La propagande politique* (1950), nos entrega una muy potente pista en este sentido cuando advierte que “la propaganda es polimorfa y cuenta con recursos casi ilimitados” (Domenach, 1968: 47). Y habría que tener en cuenta que estamos en presencia de un concepto intrínsecamente vinculado a la comunicación política, un concepto que a su vez no se deja encerrar fácilmente y cuya elasticidad conceptual no deja de atormentar (Gerstlé, 2005: 15) y que ha estado “tradicionalmente cargado de numerosas controversias, ambigüedades e imprecisiones” (Canel, 2006: 219).

Para que nos hagamos una idea más o menos exacta de la complejidad de la cuestión, hemos de tener en cuenta que estamos hablando de un fenómeno que muy probablemente ha estado presente a lo largo de toda la historia de la civilización. Que se ha manifestado a partir de múltiples prácticas (expresivas), variados soportes y dispositivos relativos a la imagen (símbolos, pintura, más tarde otras formas más complejas como la escultura y la arquitectura), a la acción en movimiento, a la palabra hablada y escrita, a los relatos en general, etcétera (Domenach, 1968) y, fundamentalmente, a partir de los dos últimos siglos a través de los medios de comunicación (prensa escrita y radio, cine, TV e Internet).

De lo anterior se desprenden a lo menos dos cuestiones fundamentales. En primer lugar, estamos en condiciones de afirmar, sin temor a equívoco, que tanto la historia, la literatura, el arte, la religión, la educación, como la política, etcétera, en tanto prácticas culturales, han vehiculizado sus contenidos y contribuido de manera decisiva a la materialización de propósitos propagandísticos. Y, en segundo lugar, que estamos en presencia de un fenómeno que apela decididamente “a todo el complejo sistema de comunicación humana en una sociedad donde cada mensaje (escrito, hablando, simbólico, etc.) puede jugar una función propagandística” (Pizarroso, 1999: 25), independientemente de que esa haya sido o no, exactamente, la intención. En tales circunstancias es cuando más cobra sentido la frase que Goebbels intercalaba permanentemente en todos sus discursos: “¡Por supuesto, todo esto es propaganda!” (Romero, 2000). Es por ello que resulta perfectamente comprensible que “su estudio ha de ser necesariamente multidisciplinar” (Pizarroso, 1990: 25), y es del todo

recomendable, además, no caer en la tentación de pretender “encerrarla en un número limitado de conceptos [pues] sigue siendo una cuestión difícil y controvertida porque el propio objeto de estudio lo es” (Huici, 2010: 24). Así como también es menester “abandonar la idea de una definición única y comprensiva, y conformarnos, en cambio, con aproximaciones ‘en círculo’ que nos permitan rodear y acercarnos lo más posible al núcleo de este peculiar fenómeno comunicativo” (Huici, 2010: 25).

Un segundo rasgo fundamental del fenómeno en cuestión, que se desprende de algún modo del planteamiento anterior, señala que se trata de un **tema insuficientemente explorado en sus reales dimensiones**. De ahí que no debiera extrañarnos, por ejemplo, que sean muy escasas las referencias explícitas a ella en las diferentes disciplinas o prácticas culturales: “La historia del pensamiento político, la historia de la filosofía, de la literatura, del arte, etc.”, así como igualmente “en la mayoría de los estudios históricos se soslaya este aspecto, de manera sorprendente a nuestro juicio. Ciertamente que implícitamente a menudo se descubre el trasfondo propagandístico de este o aquel hecho, pero falta la referencia explícita y la reflexión” (Huici, 2010: 25). Prueba de ello es que hasta antes de la publicación de la *Historia de la Propaganda* (1990) de Pizarroso se echaba de menos –en castellano– la existencia de un estudio específico de su evolución en el tiempo, no obstante la constante e inevitable referencia de que naturalmente es objeto cuando se trata de abordar algún tipo de estudio referente a materias tales como la historia del periodismo (y de la prensa) o la historia de la comunicación social.

Así se refiere Pizarroso en concreto al asunto señalando simplemente que “después de años de explicar Historia del Periodismo Universal (...) hemos podido constatar la escasez de textos que faciliten a los alumnos el estudio de esta materia” (1990: 22), de tal modo que en muchas ocasiones resulta completamente “inútil recomendar obras extranjeras pues son muchas veces de difícil acceso o, en su defecto, ello implicaría conocer a la perfección cuando no dos, tres lenguas extranjeras” (Pizarroso, 1990). Estamos hablando principalmente de los valiosos aportes de autores y teóricos de referencia, tales como Serge Tchakhotine (*Le viol des foules par la propagande politique*, 1939), Jean-Marie Domenach (*La propagande politique*, 1950), Leonard Dobb (*Goebbels' Principles of Propaganda*, 1950), Jacques Ellul (*Historie de la propagande*, 1976), y Oliver Thomson (*Mass Persuasion in History: a Historical Analysis of the Development of Propaganda Techniques*, 1977). Todos citados in

extenso por los diferentes analistas de segunda generación dedicados al estudio de la propaganda, como es el caso del mismo Pizarroso, Huici y Pineda, por citar a algunos de los que hemos visitado con motivo de este trabajo.

Otro tanto representan algunas de las más conocidas obras de los autores canónicos como es el caso de Walter Lippmann, Harold D. Lasswell y Edward L. Bernays. Al respecto cabe señalar que ha sido traducida al castellano recientemente *Public Opinion* (1922) del primero, mas aún no *Propaganda Technique in the World War I* (Nueva York, 1927), con la cual un veinteañero Lasswell se doctoró; tampoco *Propaganda and Communication in World History* (1979-1980), obra colectiva en tres volúmenes dirigida por él en compañía de Daniel Lerner y Hans Speier, y que a pesar del tiempo transcurrido y de que sigue siendo un punto de referencia para los estudios en el tema, junto al hecho de no estar traducida, es una obra de muy difícil acceso.

Respecto de la producción de Edward Bernays, al menos tenemos que dos de sus principales obras han sido traducidas al castellano, *Propaganda* (1928) y *Crystalling Public Opinion* (1923), por lo que cuentan con un buen nivel de acceso estando presentes en sus naturales lugares de distribución y consumo, como también en Internet. Seguramente, ello se debe al enorme interés que ha despertado desde siempre este singular personaje en algunos estudiosos, como es el caso de José Daniel Barquero¹⁹ o de Federico Rey Lennon, por citar a dos que hemos consultado. Este último, incluso, le ha dedicado una tesis doctoral al personaje en cuestión que se encuentra publicada desde hace algunos años (Rey, 2006). Asimismo, afortunadamente, existe otro conjunto de autores y obras que mejoran ostensiblemente este un tanto oscuro panorama, a saber, los psicólogos sociales Anthony Pratkanis y Elliot Aronson (1994), la lingüista María Victoria Reyzábal (2002) y los interesantísimos aportes (conferencias, artículos, etcétera.) realizados por el destacado intelectual y lingüista estadounidense del MIT de Massachusetts, Noam Chomsky²⁰, el que más específicamente aborda el tema de la *propaganda* a partir del control de los medios de comunicación que ejerce el poder imperialista que representan los Estados Unidos de América en el mundo contemporáneo. Además, existen otros aportes contemporáneos, básicamente del mundo epistémico hispanoamericano que han hecho también su valiosa contribución al tema,

¹⁹ Véase el blog de Barquero. Consultado el 27/05/2013: <https://edwardbernays.wordpress.com/>.

²⁰ Con cuyos trabajos aparece entre los autores más citados de todos los tiempos por delante de Hegel, Cicerón, Marx, Lenin, Shakespeare, La Biblia, Aristóteles, Platón y Freud (Pinker, 1999: 23).

como es el caso de Mario Herreros (1989), Miquel de Moragas i Spà (1985) y, más recientemente, Antonio Pineda (2006). Trabajos, huelga decir, que no están absolutamente exentos de dificultades de accesibilidad, algunos de los cuales básicamente por cuestiones de reedición, para no hablar de problemas de disponibilidad en bibliotecas.

Un tercer rasgo que manifiesta el fenómeno de la *propaganda* y que nos parece imprescindible de señalar tiene relación con el hecho de que estamos en presencia de un concepto –por lo menos en lo que respecta al ámbito europeo²¹– que “pertenece a lo que los lingüistas llaman *palabras fuertemente estigmatizas*” [destacado en cursiva es nuestro]. O, lo que equivale a decir que en la mayoría de los casos se evita su uso sustituyéndole por distintos eufemismos, tales como “publicidad política o publicidad electoral”, etcétera (Huici, 2010: 21). Ello se debe, en nuestra opinión, a que su práctica estuvo fuertemente asociada a un determinado contexto histórico y a ciertos valores y personajes que provocaron, como era de esperar, no poco rechazo en buena parte del mundo y, muy especialmente, en Europa. Al respecto una anécdota que ilustra muy bien lo anterior: “Bernays comenta en su autobiografía que las malas connotaciones que despertaba el término propaganda en los años veinte indujeron a George Creel a titular su historia del CPI publicada en 1920, *How We Advertised America*, evitando el uso de la palabra propaganda” (Rey, 2006: 85)²². No obstante, como es lógico, entendemos que a priori esta palabra genere rechazo sin más por el simple hecho de estar asociada al control ideológico y a un determinado equilibrio de poder (político) en favor del emisor del mensaje o propagandista.

No obstante, es preciso señalar que el carácter estigmatizado, si no peyorativo del término devino en occidente inmediatamente después de terminada la Primera Guerra Mundial. Por lo que en entreguerras, como durante y a fines de la Segunda Guerra Mundial, se evitó a toda costa el uso del término, pero no así, como es obvio, de su praxis, el empleo de la propaganda en sí. Por el contrario, tanto en la entonces Unión Soviética como en los regímenes dictatoriales mantuvo una connotación más bien positiva (Pizarroso, 1999: 29). Un esfuerzo al cual, paradójica y catastróficamente,

²¹En Latinoamérica es utilizado también en referencia, inocuamente, a la publicidad comercial (Huici, 2010: 22).

²²Un de las tantas paradojas en este sentido representa el hecho de que el propio Comité Creel evitó usar la palabra “propaganda” en su denominación, llamándose oficialmente Committee on Public Information (CPI).

Adolf Hitler contribuyó como nadie, al despercudir el concepto de todos los aspectos peyorativos y perversos mientras estuvo en el poder, pero siendo él quien terminaría, como sabemos, por satanizarlo de manera tan contundente como definitiva. En efecto, “tanto Hitler como su ministro de la propaganda, Goebbels, no dudaban en referirse a él constantemente porque, en definitiva, la propaganda había conseguido el ‘engrandecimiento de Alemania’” (Rodero, 2001). Por lo demás, tal y como señala Domenach al inicio de la introducción de *La Propaganda Política* (1950), Hitler, al igual que Lenin, esencialmente debe sus victorias, desde la toma del poder hasta la invasión del 40, de manera muy especial a la propaganda. “Los dos hombres que han marcado más profundamente, aunque de manera muy distinta, nuestra reciente historia son, antes que hombres de estado y jefes militares, dos genios de la propaganda que proclamaron la supremacía de esta arma moderna” (Domenach, 1968: 11).

Ahora bien, resulta más o menos evidente que las *imágenes mentales* de más espontánea y fácil adscripción a la propaganda proceden *a priori* de las dos grandes conflagraciones bélicas mundiales que azotaron la primera parte del siglo XX. Un imaginario que, lógicamente, se ve fuertemente reforzado por el período de la Guerra Fría. Un buen ejemplo de ello lo representan los “relatos de atrocidades”, un tristemente célebre dispositivo propagandístico conocido como *Atrocity Propaganda*, que terminó siendo un verdadero símbolo de la Primera Guerra Mundial y que se immortalizó en el *affiche* (cartel) que mostraba a un soldado alemán con un bebé belga ensartado en la bayoneta de su fusil máuser, tal y como veremos más adelante. Como también lo es el célebre cartel del Tío Sam (*Uncle Sam*, en inglés) y su sugestivo mensaje “*I want you*”²³. Otro tanto representan los monumentales e interminables desfiles y concentraciones de los regímenes totalitarios, y, más especialmente, la singular imagen del Ministro del Reich para la Instrucción del Pueblo y la Propaganda, Joseph Goebbels, uno de los máximos responsables de la articulación de los tóxicos mitos del nazismo. Para muestra un botón, Goebbels decía, haciendo gala de todo del poderoso aparato propagandístico dueño de una extrema “violencia psíquica” (Tchkhotine, en Moragas,

²³Más tarde la celebridad manifiesta de este famoso cartel, obra del afamado dibujante J.M. Flagg (1917), émulo del “Your country needs YOU” (Tu país te necesita) del marine inglés de los mostachos, cobraría incluso un sentido catastrófico, al transformarse en todo un símbolo del imperialismo estadounidense, especialmente en los convulsos años sesenta-setenta, en Latinoamérica y gran parte del mundo. La imagen usada en este cartel con la consigna “*I want you*” (“Te quiero a ti”) de un anciano de raza blanca, pelo y barbas canas, ataviado con sombrero de copa y ropas que simbolizan los colores nacionales de los EE.UU. tiene un origen casi mítico. Se sabe que es una ilustración de 1852, y la anécdota es que el rostro usado corresponde a la cara envejecida de su propio autor (The Most Famous Poster, 2010).

1985: 155), que Hitler era el nuevo mesías germánico, único en posesión de un plan capaz de reconstruir Alemania (Radero, 2000). A él le debemos que hasta el día de hoy permanezca grabada en nuestra mente la imagen de este supuesto “mesías germánico”, el *Führer*, con su singular *performance* discursiva espetando voz en cuello el saludo romano “*Seig*” (copiado al Duce Benito Mussolini), repetidamente y brazo derecho en alto, mientras una hipnótica multitud de fanatizados seguidores le respondía en letanía: “*Heil*”²⁴. Para no hablar de la violenta propaganda anti judía: “el judío eterno”, que ha quedado grabada poderosamente en nuestro imaginario a raíz de su excesiva carga simbólica dotada de los categóricos y hostiles rasgos del holocausto. Todos, ejemplos que nos dan una idea más o menos clara respecto de la estigmatización del concepto en cuestión.

En lo que respecta a esta parte, cabría destacar otro de los rasgos fundamentales del fenómeno de la propaganda, al que de algún modo hemos hecho mención, y que se refiere al hecho de que junto con que efectivamente representa un fenómeno *universal* y *transhistórico* (Pineda, 2006) también, desde una perspectiva conceptual podemos afirmar que “el término propaganda tiene **un origen relativamente reciente**. En efecto, el primer uso documentado de este término tuvo lugar en 1622” (Pratkanis y Aronson, 1994: 28). Por otro lado, en tanto praxis, tal y como la conocemos hoy, definitivamente, es también **relativamente nueva**, pues la “propaganda no conoció un uso generalizado hasta comienzos del siglo XX, cuando se utilizó para describir las tácticas de persuasión utilizadas durante la primera guerra mundial y las utilizadas después por los regímenes totalitarios” (Pratkanis y Aronson, 1994: 28).

Dicho lo anterior, nos introducimos de lleno en la siguiente reflexión, que seguramente, por obvia no hemos advertido que esté formulada en los autores que han sido manejados hasta aquí, pero que a nuestro juicio resulta indispensable explicitarla a objeto de seguir adelante con el análisis de otros aspectos del fenómeno, como es el caso de su origen. Se trata de distinguir, necesariamente, *propaganda* como fenómeno social o *praxis*, de *propaganda* en tanto concepto, *término*, y, a su vez, de *propaganda* respecto de los diferentes esfuerzos por intentar explicarla a partir de distintos marcos teóricos y enfoques disciplinares, o sea, en tanto *objeto de estudio*.

²⁴“Salve/viva, Victoria” Este vocablo alemán significa “salvación” y como adjetivo significa sano, indemne, ileso. Cabe señalar que este saludo en la Alemania Nazi era obligatorio, con ello se pretendía generar la ilusión de que todo el mundo era nazi (El tercer Reich: El ascenso, 2012).

En lo que respecta a los rasgos fundamentales del fenómeno en cuestión, tenemos que es posible hacer una distinción cromática de la *propaganda*, a saber, *blanca*, *negra* y *gris*. En virtud de lo cual, la *propaganda blanca* es aquella que se difunde y se reconoce por la fuente o sus representantes oficiales; es abierta, franca y se disemina de manera que se amplía. Mientras que la *propaganda gris* no se identifica por su fuente y queda librada a la imaginación del público; y, por último, la *propaganda negra* desvía la atención hacia fuentes que no las auténticas, como parte de la estratagema tendiente a encubrir tanto el origen como las intenciones últimas de su accionar, se suele adornar de ambigüedad, el misterio y el secretismo, por lo que se suele ser una herramienta muy utilizada en los diversos tipos de operaciones clandestinas (o encubiertas) de los servicios de inteligencia, con lo que es esencialmente subversiva (Fazio, 2000: 46).

2.1.2. ¿(CUÁL ES) EL ORIGEN DE LA PROPAGANDA?

En primer lugar para abordar esta parte es menester atender a la necesaria distinción conceptual que hemos planteado anteriormente, respecto de las formas de percibir el fenómeno de la propaganda. Pues resulta evidente que estamos hablando de cosas distintas cuando nos referimos a la *propaganda* como *praxis social* o cuando lo hacemos en tanto *concepto* (palabra dotada de determinado significado) u *objeto de estudio*. En coherencia con ello tendríamos que señalar que la **propaganda, en tanto praxis (fenómeno social), al ser un fenómeno** intrínsecamente ligado a la comunicación y, por ende, al lenguaje, muy probablemente “se ha manifestado a lo largo de la historia en múltiples formas” (Pizarroso, 1990:25), y desde esta perspectiva, perfectamente puede remontarse hasta los albores mismos de nuestra civilización, unos tres millones de años atrás²⁵.

²⁵El biólogo Humberto Maturana (2001)(2001) señala que hace alrededor de unos tres o tres millones y medio de años atrás el cerebro de ciertos antepasados nuestros (primates bípedos permanentes que poseían hombros, y de cuya existencia tenemos constancia gracias al estudio de restos fósiles) experimentó una notable evolución fisiológica, aumentando significativamente su tamaño, al triple de la masa y caja craneana, desde aproximadamente 430 cc. hasta 1.450 ó 1.500 cc., correspondiéndose con la configuración orgánica actual del cerebro humano. Ello se tradujo en uno de los más sorprendentes avances que ha experimentado la humanidad en toda su larga historia: el surgimiento del lenguaje. Pues, según él, la historia del desarrollo evolutivo del cerebro humano está ligada al lenguaje y no con el desarrollo de la mano para la fabricación de instrumentos, como sostienen otros científicos (Pinker, 2001b: 10-11). Para completar un poco más el enfoque de Maturana, Steven Pinker señala que a nivel de hipótesis parece muy probable que la selección de capacidades complejas de cómputo (lenguaje,

Época en que según los expertos es posible datar el surgimiento del lenguaje. O bien, en su defecto, nos podemos remontar perfectamente a unos 4.000 o 5.000 años antes de nuestra era, en plena Edad del Bronce, cuando se verifica otro de los grandes prodigios en la historia de nuestra humanidad, a saber, el surgimiento de la escritura²⁶. “La escritura comienza a desarrollarse en Egipto, y parte de los pictogramas primitivos hasta su posterior estilización y abstracción en la escritura jeroglífica. La evolución del pictograma al logograma es asimismo el origen de la escritura cuneiforme o de la escritura china” (Pizarroso, 1993: 10). Un fenómeno que, en cualquier caso, se verifica en el antiguo Oriente Próximo (Mesopotamia: sumerios y acadios) (Kristeva, 1999: 78) y que marca el comienzo de la civilización: la idea de civilización y la idea de escritura son inseparables, pues “siempre la escritura está acompañada por un notable desarrollo político-administrativo, artístico, comercial, industrial, etc.; los periodos sin escritura dan la impresión de las culturas primitivas” (Gelb, 1963: 221-222).

Según los estudios antropológicos clásicos, el lenguaje escrito, junto con el paso del nomadismo al sedentarismo y el surgimiento de la vida societal, anunció la aparición de la ciudad; un fenómeno que se produce cuando la antigua aldea neolítica sobrepasó los mil habitantes como producto de la expansión de la agricultura y la domesticación de los animales por efecto del sedentarismo. Un acontecimiento que viene a verificar que la escritura está indisolublemente ligada al desarrollo urbano (Pizarroso, 1993: 8), y prueba que no existe sociedad sin comunicación ni lenguaje: junto con ser éste la concreción y realización del pensamiento humano, es el elemento propio (fundamental) de la comunicación social (Kristeva, 1999: 14). Es el momento de la aparición de los papiros (y de la escritura jeroglífica, surgida en Egipto) (Moragas, 1981: 2) y “sellos” o grupos de cuñas, una especie de dispositivos de tablillas de arcilla, marcadas con escritura cuneiforme²⁷ (Mesopotamia). Luego, unos tres mil años antes de nuestra era,

percepción, razonamiento, etc.) nos haya dotado de un cerebro más grande como subproducto y no al revés (2001b:399).

²⁶“Los trazados más antiguos se sitúan al final del periodo musteriense y se prolongan sobre todo hacia 35.000 años antes de nuestra era, durante el periodo Chatelperron (...) Hacia el año 20.000 años antes de nuestra era, la figuración gráfica es corriente y evoluciona rápidamente para alcanzar hacia el 15.000 un control técnico de grabado y de pintura casi igual al de la época moderna”. Unos grafismos presentes “en numerosas escrituras no alfabéticas, como en Egipto, China, entre aztecas y mayas (...) pueden ser constituidos como unos pictogramas o ideogramas simplificados” (Kristeva, 1999: 34-35).

²⁷Se trata de una escritura fonética, es decir, de una simbolización de sonidos mediante *signos* estilizados que representan unidades de lenguaje. Las primeras de estas unidades se supone que fueron *ideogramas*, en los que cada signo representaba un objeto, o *fonogramas*, en los que cada consonante principal designaba al objeto. La tecnología de los materiales determinaba a menudo el estilo, como es el caso de la escritura cuneiforme en Mesopotamia, en donde los escribas reproducían sus textos sobre arcilla y

lo hará la figura del escriba con el propósito de almacenar información numérica, pues se trataba de hacer cuentas y registrar los bienes, cuya tenencia era la principal fuente de poder.

Al respecto, Claude Lévi-Strauss señala, por su parte, que el único rasgo característico de la civilización con el cual se puede relacionar efectivamente la escritura es con el sometimiento y la esclavitud. Dirá que “hay que admitir que la función primaria de la comunicación escrita es la de facilitar la esclavitud” (Lévi-Strauss, 1997: 324), pues “la escritura junto al fiel acompañamiento que ha hecho de la formación de las ciudades y los imperios, posibilitando la integración de individuos a un sistema político jerarquizado y dividido en castas y clases, ha facilitando, por sobre cualquier otra consideración (como la iluminación y la adquisición de conocimiento), los procesos de explotación y dominación de los hombres” (Lévi-Strauss, 1997: 324). Se trataba, en definitiva, de neutralizar a través del orden y la tranquilidad las reacciones de los pueblos garantizando la estabilidad: “accediendo al saber asentado en las bibliotecas, esos pueblos se hacen vulnerables a las mentiras que los documentos impresos propagan en proporción aún más grande” (Lévi-Strauss, 1997: 325).

Poco más tarde, en efecto, surgirá el (canto) relato de historia, principalmente vinculado a contar las endecoradas hazañas y alabanza a los reyes. Se sabe que en la antigüedad los reyes y príncipes usaban la propaganda incluso como arma de guerra, pues “sabían sacar partido de su fama como guerreros, utilizándola en forma de táctica previa y atemorización dirigida contra sus enemigos potenciales” (Maarek, 1997: 18). Una forma temprana de propaganda y de construcción social de la realidad, por lo que se podría afirmar que la escritura, al margen de sus vinculaciones con el poder y el sometimiento, surgirá con un fuerte y marcado énfasis propagandístico (Kristeva, 1999). Lo cual viene a confirmar, una vez más, que la *propaganda* es tan antigua como la civilización. Domenach, en la citada introducción de *La Propaganda Política* (1968), señala que “ciertamente, desde que hay rivalidades políticas, es decir, desde el principio del mundo, la propaganda existe y desempeña su papel. Fue una verdadera campaña de propaganda la que Demóstenes realizó contra Filipo, o Cicerón contra Catilina. Napoleón, muy consciente de los procedimientos que hacen admirar a los jefes y divinizar a los grandes hombres, había comprendido perfectamente que un gobierno

utilizaban cuatro clases de rasgos diferentes de la referida escritura. En Egipto, la utilización del papiro vio plasmar las primeras imágenes en jeroglíficos (Moragas, 1981: 2).

debe preocuparse, ante todo, por obtener el asentimiento de la opinión pública” (Domenach, 1968: 2).

Ahora bien, con lo anterior pretendemos destacar, primeramente, que el fenómeno de **la propaganda está intrínsecamente ligado a la comunicación y al lenguaje y que anida en los más básicos instintos humanos**. Dado que el lenguaje es una facultad humana que responde fundamentalmente a nuestros más originarios instintos de sobrevivencia, que se activan al intentar satisfacer la profunda necesidad (humana) de segurizarnos frente a un entorno que es percibido inicialmente como incomprensible y caótico. Satisfacción que se corresponde con la búsqueda de comprensión/interpretación (del entorno) que requiere imperiosamente dar con patrones que son codificados (lenguaje) (Maturana, 2001). De modo tal que “los seres humanos somos lo que somos en el serlo, es decir, somos conocedores y observadores en el observar y que al ser lo que somos, lo somos en el lenguaje (...) No podemos dejar de notar que los seres humanos somos humanos en el lenguaje, y al serlo, lo somos haciendo reflexiones sobre lo que nos sucede” (Maturana, 2001: 25). Un planteamiento plenamente coincidente con la llamada filosofía del diálogo de Martin Buber, que plantea, básicamente, que “somos seres conversacionales” (1984: 7). Idea que de algún modo viene a reforzar lo expresado por Berger y Luckmann (2008) en el sentido de que el vehículo más indispensable del mantenimiento de la realidad es el diálogo, que no es otra cosa que comunicación y lenguaje.

O sea, con ello resulta más o menos evidente, siguiendo a Maturana (2001), que al margen de estas naturales necesidades de sobrevivencia (instintivas), también buscamos explicaciones por razones puramente cognitivas, de ahí la existencia de la ciencia, el arte y la música; que, como sabemos, además de significar buscan emocionar. Es preciso recordar, asimismo, que el “instinto del lenguaje”, como ha denominado a la distintiva facultad humana el destacado y prolífero director del Centro de Neurociencia Cognitiva del Massachusetts Institute of Technology (MIT), Steven Pinker, tiene su razón de ser y su esencia en el “comunicar”, en el hecho de transmitir noticias desde un hablante a un oyente o receptor. Las ristas de palabras, denominadas frases, esencialmente están ahí para comunicarnos algo: “quién” hizo “qué” a “quién”, una capacidad de informar a los “otros” de que “un hombre mordió a un perro”, tal y como podemos ejemplificar con el clásico ejemplo periodístico. Una facultad que radica única y exclusivamente en el *homo sapiens*, diferenciándonos radicalmente del resto de los

animales para consagrarnos como una especie única en todo el universo conocido (Pinker, 1999).

Además, hemos de señalar que a la hora de atender nuestras ancestrales motivaciones de explicarnos el mundo (objetivo/factual) y las cosas, y de comunicarnos con los “otros”, nos encontramos, como es natural, con serios impedimentos y limitaciones (biológicas), que nos ayudan en última instancia a explicarnos el tema de la persuasión desde la óptica de la desinformación y la mentira. Tal y como veremos más adelante con motivo del desarrollo de estos temas. En este sentido nos parece útil citar las causas del fenómeno propagandístico de Chomsky y Herman (2005: 21). Para estos autores, dadas las dificultades que encuentran los medios de comunicación a la hora de transmitir sus mensajes y símbolos relativos a la entretención, la información y la diversión de la ciudadanía, como asimismo a la hora de inculcar a los individuos valores, creencias y determinados códigos de conducta a efectos de la integración social, debido fundamentalmente a la cada vez más grande concentración de la riqueza y los grandes conflictos de intereses de clase, se ven prácticamente obligados de recurrir a la propaganda. Un modelo que, según tales autores, es cada vez más difícil de identificar en nuestras sociedades que se dicen libres y plurales y garantes de la plena libertad de expresión.

Por otro lado, la **propaganda** (moderna), **en tanto “praxis”**, tal y como la conocemos hoy día, es un fenómeno relativamente reciente, remitido en sus orígenes a los EE.UU. y a los prolegómenos del siglo XX, pues “no fue hasta que se sintió con toda su fuerza la Revolución Industrial, en el siglo XIX, cuando surgió el interés y la organización de la persuasión en serio y a escala masiva” (Pratkanis y Aronson, 1994: 26). Más específicamente, el surgimiento en la era moderna de la propaganda se puede fechar a partir de otro acontecimiento un tanto desconocido, a saber, cuando un joven llamado Volney B. Palmer fundó en la ciudad de Filadelfia en 1843 la primera agencia de publicidad de la historia. Todo un acontecimiento que transformó a este personaje en el primer agente publicitario de la historia de la prensa, cuya principal misión fue la de recabar recursos para la financiación de los periódicos, a través de la exitosa intermediación que establecía con los grandes avisadores y los medios de prensa de la época. Se sabe que llegó a controlar hasta 1.400 cabeceras y las contactó con las principales empresas anunciantes de su tiempo (Pratkanis y Aronson, 1994).

Pero tal y como se ha prefigurado anteriormente existe un segundo momento o acontecimiento que marca verdaderamente un antes y un después en materia de surgimiento de la propaganda moderna. Nos referimos a la creación por el gobierno de la administración de Woodrow Wilson (13 de abril de 1917) del Committee on Public Information, más conocido como el CPI o Comité Creel. Un tipo de “agencia independiente federal” de funcionamiento departamental (State Department) al margen del poder ejecutivo, financiada con fondos de guerra, dirigida por el periodista, editor y político George Creel (Administration, 1995). Fue creada con el propósito fundamental de influir en la opinión pública estadounidense a favor de la –ya adoptada– decisión gubernamental de tomar partido en la primera conflagración mundial. Un verdadero hito cuyo quehacer representa “la primera y realmente única gran agencia estatal de propaganda en la historia de los EE.UU.” (Chomsky, 2000). Respecto de la cual entraremos en mayores detalles más adelante, no sin antes revisar, de paso (por razones de acceso, principalmente) las aportaciones que poco tiempo después realiza Lenin en el tema, consideradas una de las primeras y más completas elaboraciones en la teoría de la propaganda y la comunicación política; pues junto con comprender la pluralidad de funciones que desarrolla la acción informativa, la consideraba indispensable para el accionar revolucionario (Domenach, 1968). Fundamentalmente, el líder bolchevique distinguía entre la información como base de la organización, la agitación y la propaganda; en donde ésta última será, precisamente el programa de acción del adoctrinamiento revolucionario (Domenach, 1968).

Por último, respecto de la *propaganda* como *objeto de estudio* existen algunos otros hitos que sería menester convocar. En primer lugar, nos referimos a la aparición hacia 1890 de los primeros cursos universitarios (“Los principios de la publicidad”, “Equipos de ventas” y “Ventas al por mayor y al detalle”) y la publicación de manuales (*La publicidad y sus leyes mentales* y *La psicología de la publicidad*) que se proponían enseñar el arte de la persuasión y su aplicación eficiente, al menos, en el mundo de la venta y la publicidad (comercial) (Pratkanis y Aronson, 1994: 27). A este importante esfuerzo académico habría que agregarle la publicación en 1920 del mencionado libro *How we Advertised America* de George Creel, editor y padre del Comité que llevó su nombre, en donde “difundió orgullosamente cómo éste y él utilizaron los principios de la publicidad para convencer a los norteamericanos de entrar en la guerra contra Alemania” (Pratkanis y Aronson: 28). Todo un éxito que dicho sea de paso, junto con

servir además como fuente de inspiración del propio Adolf Hitler, ha motivado un llamado de alerta y no poca preocupación por parte de un sector de los expertos y estudiosos en la materia respecto de los efectos perjudiciales que pudieran significar este tipo de empresas propagandísticas (Pratkanis y Aronson, 1994). Sin ir más lejos, catastróficamente los efectos de esta singular experiencia según este par de destacados psicólogos estadounidenses tuvo mucho que ver en que todo el horror del holocausto judío no fuera percibido a tiempo y en toda su dimensión por buena parte de la opinión pública internacional.

En efecto, “los historiadores arguyen que el hecho de que muchas personas tuviesen conocimiento del uso sesgado de la propaganda de la ‘atrocidad’ por parte de los británicos y norteamericanos durante la primera guerra mundial, fue una de las razones, además de los sentimientos aislacionistas y antisemitistas, de que gran parte del mundo no diera crédito al principio a las pretendidas atrocidades cometidas por Hitler” (Pratkanis y Aronson, 1994: 355). En este sentido Tony Judt señala por lo demás que “cualquier sugerencia de que ‘nosotros’ estábamos luchando contra los alemanes para salvar a los judíos podría haber resultado contraproducente” (Judt, 2012: 264). Seguramente, por ello es que “ni Gran Bretaña ni Estados Unidos hicieron mucho por los sentenciados judíos de Europa; Estados Unidos ni siquiera entró en la guerra hasta diciembre de 1941, momento para el cual el proceso de exterminio ya estaba bien avanzado” (Judt, 2012: 264). La paradoja brutal o la ironía del destino es que uno de los grandes responsables de este comité fue precisamente un judío sobrino por partida doble, por parte de madre y padre, de Sigmund Freud (sus padres eran primos hermanos), Edward Bernays. Un caso similar representa otro de los prohombres del comité, Walter Lippmann, de origen judeo-alemán.

Otro tanto, en materia de abordar académicamente el tema, representa la publicación de las obras de Bernays *Crystallizing Public Opinion* (1923) y *Propaganda* (1928) y los primeros cursos universitarios bajo el rótulo de “Relaciones Públicas” (la “nueva propaganda”) que el propio Bernays desarrolló, por entonces, en la Universidad de New York (Rey, 2006: 81); como asimismo la primera obra publicada por Lasswell en 1927 y que se tituló *Propaganda Technique in the World War*, surgida de su temprana tesis doctoral y que aborda su experiencia en el Comité Creel. En síntesis, diremos que a finales del siglo XIX y a comienzos del siglo XX estaban, más o menos, sentadas las bases institucionales de la propaganda (moderna), con lo que no pasaría demasiado

“tiempo hasta que los principios de la publicidad y el marketing ideados para vender bienes de consumo se aplicaran a la ‘venta’ de ideas políticas y candidatos. Una de las primeras aplicaciones de este tipo tuvo lugar en la venta de la primera guerra mundial” (Pratkanis y Aronson, 1994: 27), a cargo del citado Comité Creel. Mientras la más decidida y contundente aplicación de un conjunto de hallazgos y técnicas procedentes del sondeo de opinión, las técnicas del marketing y la publicidad a la “venta” de ideas políticas se verifica a mediados del siglo XX –en plena posguerra– con el surgimiento en los Estados Unidos de la comunicación política, tal y como la entendemos hoy en día (Maarek, 1997: 14-23).

Finalmente, en lo que respecta a **la historia de la palabra *propaganda*** está acreditado que la primera vez en la historia que se usó este concepto fue el día 6 de enero de 1622, fecha en que se hace público el nombre Congregatio de Propaganda Fide –Acerca de la fe que debe ser propagada– o Sacra Congregatio Christiano Nimini Propaganda²⁸–de la expresión latina *propagare*– (Fide, 2011) que “aludía a la práctica del jardinero de introducir en la tierra los esquejes frescos de una planta para multiplicarla” (Brown, 1991: 10); nombre con el cual el Papa Gregorio XV bautizaba así, mediante la bula *Inscrutabili Divine*, una de sus congregaciones de corte contrarreformista dedicada específicamente al control de la propagación, profundización y ampliación de las campañas de evangelización ante el enorme avance del protestantismo; ello debido al enorme interés que despertaban en este prelado las misiones católicas dispersas por los distintos países del mundo. De modo tal que, como es de suponer, el término propaganda adquirió así una connotación más bien negativa en los países protestantes, mientras que en los países católicos sería todo lo contrario, pues adoptaría un tinte más bien educacional (Pratkanis y Aronson, 1994). En cualquiera de los dos casos, igualmente, se estaba hablando de propaganda. Todo depende del prisma con que se le mire.

Por último, tendrán que pasar a los menos tres siglos más, a contar de esta fecha, para que la palabra terminara de adquirir su fisonomía real y definitiva, por lo que el término

²⁸Etimológicamente la palabra *propaganda* procede de la forma verbal del latín *propagare* (difundir, extender) y cuya forma completa correspondería a *propagandum est* (lo que debe ser propagado). Cabe señalar, también, que esta congregación aún existe y es una de las congregaciones que se ha visto envuelta en más de algún escándalo de corrupción del Vaticano, en lo que respecta al *lobby* con poderosos y especulación inmobiliaria (“Dinero Sagrado”, documental emitido en Documentos TV de La 2. Disponible en: <http://www.rtve.es/television/20140514/documentos-dinero-sagrado/939671.shtml>- Consultado el 2/05/2014).

propaganda no conoció un uso generalizado sino hasta comienzos del siglo XX, cuando se utilizó para describir las tácticas de persuasión utilizadas durante la primera guerra mundial y las utilizadas después por los regímenes totalitarios. Originariamente se definió la *propaganda* como la difusión de ideas y opiniones sesgadas, a menudo mediante el uso de mentiras y engaños. Sin embargo, a medida que los estudiosos comenzaron a profundizar en el tema, muchos constataron que la propaganda no era patrimonio exclusivo de los regímenes “malos” y totalitarios, y que a menudo consiste en algo más que astutas artimañas y engaños (Pratkanis y Aronson, 1994: 28).

2.1.3. LAS GRANDES CONTRIBUCIONES PROPAGANDÍSTICAS (DE LA HISTORIA)

A modo de recapitulación diremos que, si hemos de remitirnos al hecho de que la Propaganda es un fenómeno eminentemente del siglo XX, las principales contribuciones efectuadas al tema y las definitivas se remiten a las experiencias que se registran en la primera parte de este siglo y con motivo de la Segunda Guerra Mundial. En este sentido habría que consignar que la primera gran contribución al tema, sin lugar a dudas, está representada por el **Comité Creel** y sus principales figuras, quienes a posteriori sistematizaron su paso por dicho lugar. Nos referimos principalmente a gente de la talla de un **Walter Lippmann** (1889-1974) con *Public Opinion*, de 1922, **Edwards L. Bernays** (1891-1995), con *Crystallizing Public Opinion* de 1923, y *Propaganda* en 1928, **Harold D. Lasswell** (1902-1978), con su ya mítica contribución titulada *Propaganda Technique in the World War I* de 1927, y al propio George Creel (1876-1953), director del Committee on Public Information –el que a la postre llevará su nombre– con *How we advertised America*, de 1920, en donde difundió orgullosamente cómo él y su comité utilizaron los principios de la publicidad y los artificios de la persuasión para convencer a los norteamericanos de entrar en guerra contra Alemania. Todos hoy transformados en verdaderos colosos del discurso persuasivo.

El éxito de Creel inspiró a otros, en especial a Adolf Hitler, a utilizar y proyectar estas técnicas a gran escala (Pratkanis y Aronson, 1994: 28). Por lo que un segundo gran estadio proviene indiscutiblemente de las “aportaciones” –si se nos permite el término– proporcionadas por el **modelo propagandístico Nazi**. Un modelo que, cuanto más o

cuanto menos, pervive hasta nuestros días. Al respecto, Chomsky señala que “los nazis adoptaron, de manera explícita, consciente y abiertamente, las técnicas publicitarias americanas, y así lo manifestaron. Cogieron unas cuantas ideas sencillas, las reforzaron una vez y otra, e hicieron que parecieran atractivas –esta era la técnica publicitaria americana de los años 20 y fue el modelo que los nazis adoptaron de manera explícita, y este es el modelo de propaganda empresarial que existe hoy en día”²⁹. A diferencia de la estrategia leninista, que “no está ligada a una proposición táctica (...) sino que se convierte ella misma en táctica, y es un arte en particular, con sus propias leyes”³⁰.

Con lo cual se configuraron, básicamente, los dos pilares fundamentales sobre los que descansará la propaganda en adelante, pues, en efecto, serán mínimas las variaciones que experimentará desde de los comienzos de la Posguerra hasta el final de la Guerra Fría. Ello pese a que una vez terminada la Segunda Guerra Mundial, “las técnicas de propaganda habían demostrado prácticamente todo lo podían dar de sí, pero también se habían hecho patentes sus limitaciones, mucho más todavía que después de la Primera Guerra Mundial” (Pizarroso, 1999: 428). No olvidemos, además, que luego de la primera conflagración mundial, el aparente éxito de empresas como la protagonizada por el Comité Creel motivó “una considerable preocupación; los críticos modernos han aludido a la persuasión como control mental, lavado de cerebro y seducción oculta, y han llamado la atención hacia los efectos perjudiciales de la propaganda” (Pratkanis y Aronson, 1994: 28). Circunstancias que habrían actuado virtualmente como un freno a la hora de pensar en la necesidad de nuevos hallazgos y descubrimientos en la materia.

Todo ello motivó, de algún modo, que en los primeros tiempos de la Guerra Fría en el lado del Este el modelo desarrollado en la primera mitad del siglo sobreviviera –como era de suponer– en el antiguo modelo propagandístico soviético (bolchevique) y que en el bloque occidental, junto a acentuarse el rechazo al término, los estados de este lado del mundo mantuvieran, también, incólume la potente estructura institucional del aparato propagandístico desarrollado, principalmente, durante la Segunda Guerra

²⁹Entrevista a Noam Chomsky realizada por Vicenç Navarro el día 13 de mayo de 1998 en el marco de la realización de la Universidad Progresista de Verano de Cataluña (UPEC), que ha sido publicada con el título *El parecido entre las técnicas de la clase empresarial y el fascismo es muy sorprendente* en diferentes medios de comunicación *on-line* (por ej.: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=70589>. Consultado por última vez en Mayo de 2013), y a modo de texto bajo el título de *Entrevista a Noam Chomsky. La situación política en Estados Unidos*, Anagrama, 2008.

³⁰*Goebbels contra el PSOE*, Marçal Moliné. En: <http://netfinances.ikaroo.es/noticias/goebbels-contra-el-psoe-id-21820.htm>. Consultado el 27 de mayo de 2013.

Mundial. De modo tal que “los servicios de lenguas extranjeras en las radios, las organizaciones de ‘propaganda cultural’, etc., se mantienen operativas, de un modo u otro se consolida organizativamente la propaganda estatal” (Pizarroso, 1999: 428), al estilo de la que desarrollarán los Estados Unidos para el resto del mundo.

Es en ese contexto cuando las palabras de Oliver Thomson (1977) cobran especial relevancia cuando señala que “incluso la propaganda política en los Estados no totalitarios tiene más fuerza que en los Estados totalitarios” (Pizarroso, 1999: 429). Mientras que por su parte, en lo que respecta al (mal) llamado Tercer Mundo³¹, “los pueblos colonizados o sometidos al imperialismo económico” (Pizarroso, 1990: 428), que habían permanecido virtualmente ajenos a aquella conflagración mundial, en este periodo saldrán a la palestra para ocupar un lugar central en la disputa que mantendrán los dos poderosos bloques mundiales en conflicto. Y, con “la voz de la liberación y de la revolución se hace oír en forma de propaganda revolucionaria” (Pizarroso, 1990: 428). Un impulso fundamental en este sentido lo daba la entonces la Unión Soviética (URSS) con el programa Radio Moscú, principalmente destinado a países colonizados y subdesarrollados.

A partir de las ideas de la revolución, precisamente, el mundo soviético combatía, remitiéndose a los máximos logros alcanzados por el socialismo real en materia de poderío militar convencional y en la carrera espacial³², el fuerte bombardeo de imágenes plagadas del éxito y bienestar económico –procedentes del Plan Marshall– y la espectacular reconstrucción europea, que llegaban desde Occidente. No obstante, el triunfo de la Revolución Cubana (1959) y de la Revolución China, junto a las emergentes naciones poscoloniales, no solo vino a significar un cambio radical en materia de relaciones internacionales de los Estados Unidos con su llamado *back yard*(jardín/patio trasero) o regioncita, sino también todo un cambio estratégico por parte de la propaganda estadounidense, que puso definitivamente a Latinoamérica en el

³¹El concepto, más allá de la semantización economicista formulada *a posteriori*, fue acuñado por el economista francés Alfred Sauvy (1952) para designar al conjunto de países que eventualmente no pertenecían a ninguno de los dos bandos en disputa, el Este y el Oeste, en el periodo conocido como Guerra Fría. Como veremos, a partir de ciertos acontecimientos producidos en dicha realidad, ninguno de los países ubicados en esta denominada zona del mundo permanecería ajeno al conflicto que se expresó en la Guerra Fría.

³²La espectacularidad de la carrera espacial soviética, que empieza con el Sputnik en 1957, continuó con el primer viaje espacial tripulado en 1961, una puesta en órbita del primer astronauta, con lo que la propaganda soviética transformó a Yuri Gagarin en un verdadero héroe y súper hombre del socialismo a nivel mundial (Pizarroso, 1999: 437).

ojo del huracán de la segunda parte de la Guerra Fría, los sesenta (Campaña, 2012). La llamada “crisis de los misiles” será el comienzo de este difícil proceso que se prolongará por más de cuatro largas décadas, al menos, tensando la cuerda hasta el máximo entre ambos bloques. Otro tanto hicieron, de algún modo, las guerras de Indochina y las de Oriente Medio (Pizarroso, 1990).

Por su parte, la Cuba revolucionaria, obstinadamente, en su esfuerzo por contrarrestar el programa estrella de la administración Kennedy –la Alianza para el Progreso–, cuyo propósito fundamental era, precisamente, frenar preventivamente el avance de las ideas revolucionarias³³, se empeñaba fallidamente en exportar su revolución al resto del continente y gran parte del tercer mundo. Prueba de ello es el fracaso del “Che” Guevara en Bolivia en octubre de 1967, que a la postre le deparó su captura y muerte. Para lo cual fue ideado todo un programa de “propaganda popular”, como lo llamaba el guerrillero argentino-cubano, fuertemente anclado en la radio como dispositivo fundamental, que si bien no logró conseguir su objetivo último, la consabida exportación revolucionaria al resto del mundo y de los países del continente, al menos en parte fue responsable directo del ostensible fracaso de la Alianza para el Progreso y del triunfo en Latinoamérica –y gran parte del mundo– de las ideas de izquierdas. Toda una cultura, de izquierdas, fuertemente instalada por esos años en esa parte del mundo:

En los años sesenta y principios de los setenta, la izquierda era la cultura popular dominante en América Latina. Era la poesía de Pablo Neruda, la música de Víctor Jara y Mercedes Sosa, la teología de la liberación de Sacerdotes para el Tercer Mundo, el teatro emancipador de Augusto Boal, la pedagogía radical de Paulo Freire, el periodismo revolucionario de Eduardo Galeano y el mismo Walsh. Eran los héroes y mártires legendarios del pasado y la historia reciente, desde José Gervasio Artigas, pasando por Simón Bolívar hasta el “Che” Guevara. Cuando las juntas trataron de desafiar la profecía de Allende³⁴ y arrancar de raíz el socialismo, estaban declarando la guerra a toda esta cultura (Klein, 2010: 144).

Cabe destacar que el programa de cooperación internacional de la era Kennedy, la Alianza para el Progreso, en la práctica significó, junto con la derrota estadounidense en el terreno de las ideas, la renuncia implícita por parte de éste a “solucionar” los

³³Se pensaba que al “apoyar con recursos económicos y planes de desarrollo, pretendía terminar con las causas —pobreza, analfabetismo, cesantía— que se creía, hacían viable la revolución en Latinoamérica” (Pérez, 2003: 11).

³⁴Se refiere al siguiente pasaje del testamento político de Salvador Allende cuando señala en su último discurso: “Y les digo que tengo la certeza de que la semilla que hemos entregado a la conciencia digna de miles y miles de chilenos, no podrá ser segada definitivamente. Tienen la fuerza, podrán avasallarnos, pero no se detienen los procesos sociales ni con el crimen ni con la fuerza. La historia es nuestra y la hacen los pueblos...” (Roitman, 2010: 131).

conflictos de la región al estilo de la Guatemala de Jacobo Arbenz en 1954³⁵ o del derrocado primer ministro de Irán, Mossadegh, en 1953 en favor del Sha Reza Pahlavi, en los prolegómenos de la Guerra Fría³⁶. Aunque es evidente que nunca renunciaron del todo a la vía armada de las intervenciones militares directas, como en el caso de la República Dominicana de Juan Bosch en 1963 y 1965 o del Brasil de João Goulart en 1964, para no mencionar la fracasada invasión de Bahía Cochinos, Cuba, en 1961. “La integración de sociedades particulares en el todo mundial debía, según ellos, realizarse privilegiando más bien las herramientas de seducción que los medios que recurrían a la fuerza y a la obligación (...). Esta doctrina estratégica abocada a la preservación de la hegemonía cultural incluso tuvo un nombre: el *soft power* (poder blando)” (Mattelart, 2006: 22-23). Es decir, el poder de la cultura, las ideas y medidas políticas, en definitiva de la persuasión. Ello, en gran medida, motivado por las ventajas comparativas y el enorme poderío de la empresa cultural con la que este país emergió de la Segunda Guerra Mundial.

³⁵En este oscuro episodio de las relaciones internacionales de los EEUU, en la invasión a Guatemala jugará un rol clave nuestro conocido Edwards Bernays, pues en calidad de asesor de la United Fruit Company, la multinacional estadounidense que controlaba un altísimo porcentaje de la tierra cultivable en Guatemala, se puso al servicio de un enorme *lobby* político-empresarial y mediático que impulsó el golpe de estado en este país al sentirse amenazada por el proceso de reforma agraria impulsado por el gobierno de Jacobo Arbenz, al cual se le acusó de ser un gobierno “títere del comunismo” y de pretender transformar al país en una dictadura comunista. Así nos lo recuerda Chomsky en su citado artículo *El control de los medios*: “También es necesario recabar el apoyo de la población a las aventuras exteriores. Normalmente la gente es pacifista, tal como sucedía durante la Primera Guerra Mundial, ya que no ve razones que justifiquen la actividad bélica, la muerte y la tortura. Por ello, para procurarse este apoyo hay que aplicar ciertos estímulos; y para estimularlos hay que asustarlos. El mismo Bernays tenía en su haber un importante logro a este respecto, ya que fue el encargado de dirigir la campaña de relaciones públicas de la poderosa United Fruit Company, la empresa más grande del mundo en producción y distribución de bananas y frutas tropicales con enormes inversiones en América Latina y las Indias Orientales, en 1954, cuando los Estados Unidos intervinieron militarmente para derribar al gobierno democrático-capitalista de Guatemala e instalaron en su lugar un régimen sanguinario de escuadrones de la muerte, que se ha mantenido hasta nuestros días a base de repetidas infusiones de ayuda norteamericana que tienen por objeto evitar algo más que desviaciones democráticas vacías de contenido”. Cabe señalar que el periodista Larry Tye expresó que “United Fruit era la fuerza más importante en el derrocamiento de Arbenz y que Bernays fue el propagandista más eficaz de la empresa de fruta” (Miller & Dinan, 2008: 22).

³⁶Tal y como lo plantea Armand Mattelart en su documental, codirigido junto a Jacqueline Meppiel y Valérie Mayoux, *La Spirale* (1976), en donde se destaca el Camelot Project. “Otro episodio mayor de la guerra ideológica y de información de EEUU es el conocido Proyecto Camelot, seguramente el mayor escándalo científico-social del siglo XX. Se trata de una operación para prever las causas de las revoluciones en los países en desarrollo, así como los medios para eliminarlas. Con un presupuesto de seis millones de dólares, estaba encuadrado en SORO –Special Operation Research Organization– y tuvo como acomodo académico la American University de Washington, especializada en investigaciones sociales aplicadas. Se decidió que la acción comenzaría en Chile. Fueron invitados a participar más de 59 investigadores, pero dos de los contactados, los profesores Johann Galtung y Eduardo Fuensalida, decidieron tirar de la manta e informar a la prensa de lo que se proyectaba. Poco después, los medios dieron noticia de que se estaba movilizand a profesores universitarios y a científicos sociales para reunir datos y procesarlos en función de los intereses del ejército norteamericano” (Vidal-Beneyto, 2007).

La radio, que venía siendo desde su nacimiento un soporte fundamental de todas las acciones propagandísticas desarrolladas hasta entonces por los revolucionarios, en sus orígenes se remitió prácticamente a la Radio Rebelde, que empezó muy modestamente sus transmisiones desde la Sierra Maestra, en lo más profundo de la selva tropical cubana, en la lucha contra el dictador Fulgencio Batista, y terminó siendo clave en el triunfo de “los barbudos”, como se les vino a llamar a los revolucionarios liderados por Fidel Castro y el legendario “Che” Guevara³⁷. Ello, porque les permitió mantener el contacto permanente con la opinión pública internacional, con los campesinos y las poblaciones urbanas cubanas. El “Che” afirmaba la capitalidad de la radio con la fuerza de la palabra en lo que él llamaba la “propaganda popular” (Pizarroso, 1990: 444). Así reafirma su férrea confianza en este dispositivo el mítico guerrillero argentino-cubano en su primer libro, *La Guerra de Guerrillas* (1960):

La propaganda que será más efectiva, a pesar de todo, la que se hará sentir más libremente en todo el ámbito nacional y la que llegará a la razón y a los sentimientos del pueblo, es la oral por radio. La radio es un elemento de extraordinaria importancia. En los momentos en que la fiebre bélica está más o menos palpitante en cada uno de los miembros de una región o de un país, la palabra inspiradora, inflamada, aumenta esa misma fiebre y la impone en cada uno de los futuros combatientes. Explica, enseña, enardece, determina en amigos y enemigos sus posiciones futuras. Sin embargo la radio debe regirse por el principio fundamental de la propaganda popular, que es la verdad; es preferible decir la verdad, pequeña en cuanto a dimensiones efectistas, que una gran mentira cargada de oropel (“Che” Guevara, 2000: 61).

Al margen de lo cual, Pizarroso destaca especialmente respecto de la performance propagandista revolucionaria, dentro del registro iconográfico, el valor simbólico que tuvo en este sentido el *look* de los guerrilleros, con sus largas barbas y uniformes verde oliva marcaron a toda una generación³⁸. Algo que, sin el ánimo de establecer comparaciones y guardando las ostensibles distancias del caso, claramente está presente

³⁷Según el corresponsal de guerra Erick Durschmied, uno de los más importantes en la Sierra Maestra, Fidel era un estudioso de las tesis propagandísticas de Joseph Goebbels, y según él este componente y los medios jugaron un rol clave en el triunfo de los revolucionarios verde oliva. De hecho recuerda que Fidel se enfrentaba a un ejército regular poderoso con solo 300 hombres (Weyman, 2011).

³⁸En esta misma dirección operó toda la espectacular, y resistida en sus comienzos, indumentaria nazi, pioneros en este tema. “Hitler vistió a sus prosélitos con uniformes de camisas pardas. Llevar esa camisa en público pasó a convertirse en un testimonio de adhesión al régimen. Al principio un sector de la ciudadanía ridiculizó esa vestimenta. Pero tal reacción no hizo, probamente, más que incentivar el compromiso de la juventud con la causa” (Pratkanis y Aronson, 1994: 342). Prueba de la importancia que revistió este dispositivo en la propaganda Nazi es que este uniforme fue encargado al exclusivo diseñador Hugo Boss y ejecutada por el modisto y vestuarista de la Opera de Berlín (History Channel, 2012).

en el modelo propagandístico Nazi, que también puso, a su estilo, un fuerte énfasis en esta clase de vistosos dispositivos (vestuarios marciales).

Figura 3. Fidel, Camilo Cienfuegos y Huber Matos. Entrada en La Habana, 8 de enero de 1959.



Fuente:www.corbisimages.com

Por otro lado, tenemos que en plena década de los 50 la propaganda experimentará un inusitado impulso, un enorme giro respecto de lo que se venía haciendo hasta ese momento en materia de persuasión y comunicación política³⁹. Ello, fundamentalmente, gracias a la incorporación que se hizo a su práctica de importantes hallazgos e inventos, que tuvieron lugar en los Estados Unidos: básicamente se trata de un conjunto de

³⁹“Los conceptos de comunicación política y, *a fortiori*, del *marketing* político, son claros productos de la segunda mitad del siglo XX” (Maarek, 1997: 18) y “tienen su origen, sin duda alguna, en los Estados Unidos, donde se encuentra profundamente enraizado en la historia de la comunicación política. Esto se debe, principalmente, a que los medios de comunicación de masas se desarrollaron pronto en este país, y a que ha sido el primero en la experimentación de las técnicas de la comunicación política moderna, unido esto a una aplicación sistemática de las mismas. Los métodos seguidos en Estados Unidos serían adoptados primero en los países occidentales, extendiéndose luego a todo el mundo” (Maarek, 1997: 23).

técnicas y herramientas, procedentes de la publicidad⁴⁰, el *marketing* y el sondeo de opinión (Maarek, 1997). Lo cual se vio enormemente potenciado gracias a la aparición de un dispositivo clave, pues marcará, como sabemos, decisivamente y para siempre la propaganda y la comunicación política: la televisión. “La televisión y la publicidad modifican necesariamente los mensajes políticos, que se vuelven cada vez más breves y concisos, en los que la ‘imagen’ y el dominio del medio de aquel que los emite se vuelve algo esencial” (Pizarroso, 1990: 429). Algo que hoy, visto lo visto, solo puede ser comparado, en términos de impacto, a la irrupción de Internet y las nuevas tecnologías de la información (TIC) en este campo. Todo lo cual vino acompañado de un acontecimiento capital en nuestra historia contemporánea que marca el fin de la Guerra Fría y la muerte de los llamados metarrelatos (Lyotard, 1987) o ideologías movilizadoras: la caída del Muro de Berlín (1989).

La caída del muro de Berlín planteó, en los Estados Unidos, la cuestión de la preservación de su estatuto único de superpotencia. Una superpotencia que toma apoyo en cuatro pilares: primacía tecnológica, económica, militar y cultural. El dominio de las redes de información y comunicación, en tiempo de guerra como en tiempo de paz –lo que los estrategas de la “revolución en los asuntos militares” y de la “revolución en los asuntos diplomáticos” llamaron en su jerga la *global information dominance*– se convirtió en el principio de una nueva doctrina de la hegemonía (Mattelart, 2007: 3).

Con el Muro de Berlín, efectivamente, “cae algo más que un símbolo de la guerra fría. Y con la guerra fría desaparece toda una forma de concebir la propaganda política, desde uno a otro bando, en nuestros días” (Pizarroso, 1990: 451). No obstante, la televisión, a pesar de estas nuevas irrupciones tecnológicas, sigue siendo hoy por hoy el medio de comunicación de masas mediante el cual la gente más se informa y, muy especialmente, cuando se trata de asuntos públicos y políticos. No por nada la democracia que ostentan la gran mayoría de los países de Occidente, liberal y representativa, ha sido definida como una “democracia centrada en los medios” o una “democracia de audiencias” (Manin, 1998), entendiendo por los medios, principalmente, la TV (Swanson, 1996).

⁴⁰Precisamente, “los progresos fundamentales en términos de persuasión de masas se han dado en este campo, y (...) la propaganda política es ampliamente deudora de la publicidad comercial en cuanto a sus técnicas” (Pizarroso, 1990: 429).

2.1.3.1 EL COMITÉ CREEL

El U.S. Committee on Public Information (CPI) es conocido simplemente como Comité/Comisión Creel, por la pertinaz costumbre estadounidense de que este tipo de organismos adopten el nombre de sus responsables, que en este caso se trataba del periodista George Creel. Fue creado el 14 de abril de 1917 a instancias del presidente Woodrow Wilson con el único propósito de influir en la opinión pública estadounidense a favor de la, ya adoptada, decisión gubernamental de tomar partido de manera activa en la Primera Guerra Mundial. En concreto, se tradujo en la creación de una gran organización, un potente *lobby* mediático-político (relaciones públicas), de cuyos propósitos específicos y estructura de funcionamiento resulta muy elocuente la conformación que adoptará su Sección Exterior, que fue creada en octubre de 1917 con tres áreas principales: el Wireless-Cable Service, la Foreign Film Division y el Foreign Press Bureau. Esta tendrá como misión fundamental suplir los cables y noticias enviados por las agencias de noticias y proporcionar contenido analítico con el objetivo de enfatizar la contribución bélica de los Estados Unidos al conflicto. A los siete meses de su creación se incorporará a ella, para hacerse cargo de la sección hispanoamericana, un joven publicista austro-judío sobrino por partida doble nada menos que del padre del psicoanálisis, Sigmund Freud: nos referimos a Edward L. Bernays (Rey, 2006: 41).

La labor de Foreign Press Bureau más específicamente consistía, literalmente, en bombardear a los diferentes medios extranjeros y prensa especializada estadounidense de alcance internacional con todo tipo de contenidos periodísticos, incluyendo breves artículos, fotografías, recortes y material diverso respecto de los más variados temas destinados a exaltar las bondades y virtudes del desarrollo de los Estados Unidos como nación y primera potencia mundial. “En su momento de mayor actividad se enviaron más de 1.500 fotografías por semana a 35 países. También, se crearon acontecimientos especiales en los Estados Unidos para dramatizar los temas tratados en la campaña propagandística. Asimismo, se realizaban tareas de contrapropaganda cuando llegaban noticias desfavorables desde los distintos frentes de batalla” (Rey, 2006: 41).

Se trataba con todo esto en definitiva, tal y como apuntan Mock y Larson (en Rey, 2006: 41-42), de convencer a la opinión pública mundial de que la eventual derrota de los Estados Unidos representaba, ni más ni menos, la derrota de la libertad y la democracia; y, por el contrario, que su triunfo y el de los aliados traería al mundo una

larga era de paz y prosperidad en donde serían desterradas las armas, las minorías serían liberadas de la opresión y la soberanía de todo país retornaría al pueblo. O sea, el miedo y la esperanza, como en todo perfecto ejercicio propagandístico. Por lo que la ostensible interpelación a apoyar y apuntarse al “bando ganador” resultaba ser a todas luces tan tentadora como irrenunciable (Rey, 2006: 41).

Ed L. Bernays, como flamante encargado de la sección hispanoamericana de la Sección Exterior del Committee on Public Information (CPI), tomó, además, la dirección de la coordinación de las empresas estadounidenses articuladas en la American Manufacturers Export Association para emplearlas como una gran red de distribución de noticias hacia los países aliados. Con lo que logró, finalmente, persuadir a un conjunto importante de empresas de ese país, como por ejemplo Ford, Studebaker, Remington, Type writer, Swift, National City Bank, entre otras, de que transformaran sus sucursales eventualmente en verdaderos puestos de avanzada del Comité en la región. Las que, como es de suponer, terminaron incorporando en su fuerte gasto publicitario, con sus variados soportes y dispositivos, incluidos, claro está, los medios de comunicación, todos los contenidos de la propaganda estadounidense (Rey, 2006: 42). En este sentido, es pertinente remitirnos a las palabras del propio Bernays en sus memorias cuando, recordando aquellos años del Comité, manifestó: “mi experiencia durante la guerra me mostró que la labor de servicio de prensa tenía un campo de aplicación mayor que el teatro, la música o el ballet. Sabía que los clientes que yo quería alcanzar interpretarían mal mis intenciones si yo denominaba mi trabajo agencia de prensa (*press-agentry*). Y estaba resuelto a que mi labora fuera más que eso” (en Rey, 2006: 51).

Junto con ello y con el propósito de contrarrestar la penetración económica y propagandística de los alemanes en la región, realizó, también, una titánica campaña centrada específicamente en los hombres de empresa hispanoamericanos, para lo cual, entre innumerables acciones de *lobby* y propagandísticas, hizo publicar abundante material (propagandístico) en los más importantes medios de prensa de esos países. En lo que respecta al caso de Chile, antecederá a los proyectos específicos de actividades encubiertas (programa de sabotaje y de desestabilización de la democracia chilena) que llevó a cabo la CIA “como parte de la política (exterior) del Gobierno de los Estados Unidos para intentar influir en los acontecimientos de Chile” (Informe Church, 1975)⁴¹.

⁴¹Ver *Covert Action in Chile: 1963-1973* “Informe Church”, fruto de la comisión presidida por el fallecido senador Frank Church, de la comisión designada por el Senado de los Estados Unidos para

Las presidenciales de 1964⁴² marcarán un verdadero hito en el desempeño de este país en los procesos y asuntos internos chilenos, como se puede advertir, también, en el Informe Hinchey⁴³.

Es importante reparar en el trato especial, un tanto soslayado y desconocido, que a nuestro juicio esta oficina brindó a Hispanoamérica, y en concreto en lo que respecta a América Latina, especialmente si hemos de tener en cuenta que la Primera Guerra Mundial fue un conflicto eminentemente europeo en el cual prácticamente no interviene activamente ningún país de esa región. Solo *a posteriori*, algunas décadas más tarde, y a raíz de una serie de acontecimientos originados en este llamado patio trasero de los Estados Unidos, éste implementará dichas pautas de desestabilización social y política en la región⁴⁴.

En ninguna otra región del mundo se estableció una relación tan estrecha entre los ideales proclamados por el presidente Wilson y los intereses comerciales. Los industriales estadounidenses ayudaron al Comité en todos los países, pero en ellos llevaron adelante la parte principal de la propaganda de los Estados Unidos. Los artífices de la campaña del Comité en esta región fueron el teniente F.E. Ackerman, que recorrió Sudamérica estableciendo contactos en cada país y, por supuesto, Edward Bernays. Su labor más importante para el Committee on Public Information fue, según lo expresan Mock y Larson, la concepción y ejecución de campañas para incorporar la inestimable ayuda de las empresas estadounidenses (Rey, 2006: 41-42).

estudiar las operaciones gubernamentales concernientes a las actividades de inteligencia, Septiembre de 1975 (Consultado el 27/05/2013 <http://www.derechos.org/nizkor/chile/doc/encubierta.html>).

⁴²Una de las etapas fuertes de intervención en Chile se produce durante la administración Kennedy y se acentúa considerablemente en la de Johnson. No olvidemos que la consigna del programa estrella para implementar dicha operación, la Alianza para el Progreso, tenía como slogan "No más fideles". Según numerosas fuentes acreditadas tan solo el gobierno de los EE.UU. habría invertido más de 20 millones de dólares en la campaña del candidato democristiano Eduardo Frei. Una especialmente elevada cifra si hemos de tener en cuenta que sobrepasa con creces el gasto por votante que realizaban los candidatos republicanos y demócratas de este país, para no hablar de otras fuentes de financiamiento con que también contó el plan, como es el caso de empresas locales y transnacionales, el Vaticano, las Casas Reales belga y holandesa, la RFA e Italia, la Democracia Cristiana (DC), la Conrad Adenauer y los Obispos de Alemania, etc., la ayuda militar y la serie de programas de fachada de cooperación financiados directamente por la CIA. Ver "Estados Unidos ayudó a derrotar a Allende en 1964", de Lawrence Stern, *The Washington Post* (Cabieses, 1973).

⁴³Los proyectos de acción política brindaron apoyo a los partidos políticos elegidos para tal fin antes y después de las elecciones de 1964 y tras la elección de Allende en 1970 (...) En abril de 1962, el Grupo Especial del Panel 5412 (5412 Panel Special Group) -un cuerpo del subgabinete encargado de revisar las propuestas de acciones encubiertas- aprobó una propuesta para llevar a cabo un programa de ayuda financiera encubierta al Partido Demócrata Cristiano (PDC) en sustento de la candidatura presidencial de Eduardo Frei en 1964" (Informe Hinchey sobre las actividades de la CIA en Chile, septiembre de 1999. (Consultado el 27/05/2013 en <http://www.derechos.org/nizkor/chile/doc/hinchey-e.html>).

⁴⁴En concreto en el caso de Chile éstas corresponden al periodo corrido entre "la elección del Presidente Allende en 1970 y las elecciones parlamentarias de marzo de 1973, que al ser resistidas por el pueblo chileno fueron sustituidas por la destrucción de las instituciones republicanas y un Estado-cuartel, de represión socioeconómica y control de la información cuyos efectos se prolongan hasta hoy". Entrevista a Joan Garcés, *El Clarín*, viernes 8 de marzo de 2013.

El CPI durante los seis meses que estuvo en actividad, hasta el 21 de agosto de 1919, fecha en que concluyó oficialmente su cometido, “logró convertir una población pacífica en otra histérica y belicista que quería ir a la guerra y destruir todo lo que oliera a alemán, despedazar a todos los alemanes, y salvar así al mundo. Se alcanzó un éxito extraordinario que conduciría a otro mayor todavía: precisamente en aquella época y después de la guerra se utilizaron las mismas técnicas para avivar lo que se conocía como ‘terror rojo’” (Chomsky, 2002). Para ello, se dio a la tarea de reunir a un connotado grupo, en materia de líderes de opinión en la sociedad estadounidense, léase artistas (pintores, músicos, actores, etcétera), analistas e intelectuales, entre los que se contaban “los intelectuales progresistas, gente del círculo de John Dewey, para muchos el más importante filósofo estadounidense de la primera mitad del siglo XX. Estos se mostraban muy orgullosos, como se deduce al leer sus escritos de la época, por haber demostrado que lo que ellos llamaban *los miembros más inteligentes de la comunidad*, es decir, ellos mismos, eran capaces de convencer a una población reticente de que había que ir a una guerra mediante el sistema de aterrorizarla y suscitar en ella un fanatismo patriótico” (Chomsky, 2002).

También involucraron a organizaciones e instituciones sociales y, muy especialmente, lograron reclutar a unos 75.000 activistas voluntarios, los llamados Four-Minutes Men (“Hombres de cuatro minutos”), pues dedicaban ese tiempo a concientizar, ya que se tenía en consideración por entonces que ese era el tiempo promedio de atención humana, para dar mítines por todo el territorio estadounidense a favor del esfuerzo bélico (Pratkanis y Aronson, 1994: 338). Con todo ello fue que logró configurar el más nutrido y variopinto programa de acciones propagandísticas jamás desarrollado hasta entonces. Por ello el Comité ha sido considerado el creador de la propaganda científica moderna (Álvarez, 1983: 176).

Figura 4. Cartel de reclutamiento estadounidense, 1917.



Fuente: Biblioteca del Congreso de Estados Unidos, 2010. En: www.loc.gov/exhibits/treasures/trmo15.html. Consultado el 23/08/2014 Original medium: 1 print (poster): lithograph, color; 71 x 53 cm.

Por su parte, Lippmann, citando a George Creel, así describe “la batalla que libró ‘por la mente de los individuos y la conquista de sus convicciones’ con el fin de ‘difundir la doctrina del americanismo por todo el mundo’”:

Creel tuvo que orquestar una maquinaria que incluía una división de noticias (...), ésta llegó a emitir más de 6.000 comunicados. Tuvo, asimismo, que enrolar a 75.000

Four Minute Men encargados de pronunciar al menos 755.190 discursos a un total de más de 300 millones de personas. Dentro de esta organización, los *boy scouts* se encargaron de entregar en mano a las familias estadounidenses copias con acotaciones de las alocuciones del Presidente Wilson. Además, se enviaron publicaciones quincenales a 600.000 profesores, se suministraron 200.000 proyectores de diapositivas para dar conferencias y se hicieron carteles, tarjetas, anuncios para insertar en los periódicos, tiras cómicas, sellos y distintivos a partir de 1.438 diseños diferentes. Las cámaras de comercio, iglesias, hermandades y colegios se utilizaron como canales de distribución (Lippmann, 2003: 55).

De la enorme variedad de recursos y soportes empleados por esta comisión para el fiel cumplimiento de su plan de (manipulación) persuasión masiva, cuyos contenidos, como hemos advertido, apelaban específicamente a la emocionalidad de la ciudadanía a partir de la exaltación patriótica de los valores nacionales promoviendo el odio al enemigo (en este caso el alemán), principalmente se valieron de la radio, la fotografía, la prensa de gran tirada y, muy especialmente, del *affiche* (el cartel). Un dispositivo propagandístico que se venía empleando con marcado énfasis, llegando a conseguir un gran desarrollo hacia finales del siglo XIX, tanto como para ser considerado como la más potente arma de persuasión de masas de entonces⁴⁵ (Rey, 2006; Pratkanis y Aronson, 1994). Así fue que se llegaron a confeccionar unas tiradas gigantescas compuestas de varios millones de ejemplares cada una, que fueron distribuidos prioritariamente entre todos los países involucrados en el conflicto bélico. Una de las tiradas, cuya celebridad llega hasta nuestros días, fue el cartel del Tío Sam (Uncle Sam, en inglés) del cual la administración Wilson llegó a imprimir, como era de suponer, varios millones de ejemplares (Rey, 2006; Pratkanis y Aronson, 1994). También, y en menor medida, fueron usados panfletos u octavillas, en tiradas de millones, que eran lanzados desde los aviones a la población, un recurso que luego vimos emplearse con profusión durante la Segunda Guerra Mundial; del mismo modo fueron empleados, como es natural, otros recursos de comunicación mediática principalmente de radiofonía y los diarios de gran tirada; a la par, aunque en menor medida, que se usó la música y la

⁴⁵El empleo por parte de la propaganda nazi del cartel se debe a que era un dispositivo que había alcanzado un potente desarrollo hacia fines del siglo XIX y que fue un dispositivo estrella del Comité. No obstante los nazis, entre el enorme apoyo popular que recibieron hasta los últimos tiempos de su caída, lograron reclutar a un destacado contingente de toda clase de artistas, léase músicos, pintores, diseñadores gráficos y cartelistas, especialmente. Precisamente, gracias a estos últimos es que lograron el desarrollo de verdaderas piezas maestras de este dispositivo, que en muchas ocasiones vemos que aún son imitadas por publicistas de nuestros días. En la red es posible acceder fácilmente a catálogos *on line* en donde se conservan la gran mayoría de estas piezas publicitarias (ver <http://www.cartelandia.com/cartnazi/carnazi.htmz>. Consultado el 27/05/2013).

plástica. El uso del cine definitivamente no se dio sino hasta el final de la guerra (Pizarroso, 1999; Rey 2006).

Con todo este enorme despliegue de dispositivos propagandísticos de *Psychological War fare* dispuesto por el CPI, junto al empleo de sofisticadas técnicas de persuasión, fueron conseguidos tan eficientes resultados mientras que otros no menos desastrosos. Prueba de ello es la *Atrocity Propaganda*⁴⁶, un soporte “estrella” de la propaganda aliada avalada en el Informe Bryce⁴⁷ (Álvarez, 1983: 172), cuyo polémico relato tenía como propósito simplemente reforzar la moral combativa y la resolución de luchar por parte de la ciudadanía, mostraba con crudeza y espectacularidad las atrocidades cometidas –reales o inventadas– por parte de los soldados alemanes, especialmente, contra prisioneros y civiles inocentes, entre ellos niños. Se hicieron circular rumores de que los alemanes hervían los cadáveres de los soldados enemigos para hacer jabón e infligían malos tratos a los ciudadanos de la Bélgica ocupada. Se aireó mucho la ejecución de una enfermera inglesa destinada en Bruselas, que supuestamente ayudó a los soldados aliados a volver al frente, y también el hundimiento del trasatlántico de lujo Lusitania por parte de los alemanes. Dicho sea de paso, luego se supo que este tristemente célebre barco efectivamente llevaba armas y pertrechos de guerra, prueba de ello fue que la segunda explosión terminó hundiendo definitivamente a la nave, según declararon los testigos sobrevivientes de la tragedia (Geographic, 2013). Si bien algo de verdad había en parte de esos relatos, la mayoría se habían exagerado desmesuradamente y otros eran simplemente pura ficción (Pratkanis y Aronson, 1994: 338).

⁴⁶Un texto de referencia en este sentido que aparece muy referenciado y que lleva, precisamente, idéntico título es obra de James Morgan Read, a saber, *Atrocity Propaganda, 1914-1919*, de edición Yale University, 1941 y reimpresa posteriormente en 1976 en su idioma original.


⁴⁷Lord Bryce fue enviado por el gobierno británico a Bruselas en 1914 a constatar *in situ* las atrocidades cometidas supuestamente por los alemanes contra la población belga. Su informe fue categórico contra el cometido alemán y dio soporte a la propaganda que con ello se organizó luego (Álvarez, 1983: 172).

Figura 5. *Atrocity propaganda*. Cartel Italiano creación de Renato Artolli y Adele Zandrino, que manifiesta la barbarie de los soldados alemanes, 1918.

Italiani!

Gli orrori del Belgio e della Francia si ripetono nel Veneto invaso! Austria e Germania, solidali nel male, perfezionano la loro ferocia.

Bisogna schiacciare le vipere! Bisogna liberare i vivi e i morti! Sosteniamo i nostri soldati - che con eroismo e valore resistono al poderoso urto nemico - con calma e fiducia. La vittoria finale è nostra, assolutamente, matematicamente. I tedeschi non vinceranno! La civiltà e l'umanità non possono rinculare!



Sulla soglia di casa c'è un bambino fermo, attonito, mesto. La sua faccia chiusa al sorriso, porta già la traccia del dolore. Nel campo un contadino cadente per età, nel ciel le braccia leva pregando, mentre a lui vicino sta una vecchietta e culla il nipotino mormorando una prece e una minaccia.

Senza campane s'alza il campanile, muto; non suona più l'Ave Maria! Solo di strida del nemico vile briaco di delitti, è pien la via. Canta sommessa una voce sottile: "O Monte Grappa sei la patria mia!"

ARLOTTI RENATO
Caporale degli Artisti

Monte Grappa
Tu sei la mia Patria

[Circòla gratuitamente inviata dalla Direzione del SECOLO ILLUSTRATO]

ARMISTIZIO 11 NOVEMBRE 1918

Pubblicazione e diffusione gratuita col contributo dell'AGENZIA PNEUMATICI PIRELLI - MILANO

Fuente: British Library (consultado agosto 13, 2014, <http://www.bl.uk/world-war-one/articles/atrocity-propaganda>).

Tal fue el impacto que causó el empleo de este tipo de recursos que más tarde la sola emisión de imágenes de guerra provocaría un verdadero pavor (Pratkanis y Aronson, 1994); por lo que bien pudieran ser una de las causas más determinantes de la estigmatización futura de la palabra propaganda, como ya hemos advertido. En su momento hasta el propio Hitler se pronunció respecto de ellos en los siguientes términos:

La propaganda de guerra de los ingleses y de los americanos era psicológicamente adecuada, porque al pintar a los alemanes como a bárbaros, como si fuesen hunos, disponían a sus soldados a los horrores de la guerra y contribuían así a ahorrarles decepciones. El arma más terrible que hubiera podido emplearse contra ellos no les habría entonces parecido más que una comprobación de lo ya oído, acrecentándose de este modo su fe en la rectitud de las apreciaciones de su gobierno y ahondando por otra parte su furor y su odio contra el enemigo maldito. El cruel efecto del arma del adversario que comenzaba a experimentar le parecía, al poco tiempo, una prueba de la brutalidad feroz del enemigo "bárbaro", del que ya había oído hablar, sin que, por un instante, hubiese sido inducido a pensar que sus propias armas fuesen, muy posiblemente, de acción más devastadora (Hitler, 2003: 108).

Por tanto, tenemos, a través del sofisticado planteamiento del Comité, "la primera utilización organizada de la propaganda por parte del gobierno estadounidense y su labor sentó las bases de la 'guerra psicológica' moderna" (Rey, 2006: 40). O sea, **al poder político, representado por el gobierno estadounidense de Wilson, haciéndose por primera vez en la historia con las claves del control de las mentes y actuaciones**. Un hecho que marcó, efectivamente, un antes y un después en la historia de la propaganda y el uso de las técnicas de comunicación persuasiva, pues será a partir de allí que su valoración y desarrollo cobrarán un impulso realmente inusitado. No obstante, respecto del "éxito" obtenido por el Comité, no podemos dejar de mencionar un aspecto que suele ser bastante omitido, o bien ignorado en muchos casos, pero que en nuestra opinión cobra relevancia. Nos referimos al, también exitoso, trabajo desarrollado por el aparato de propaganda exterior de Gran Bretaña, creado en 1915 dentro del Foreign Office y dirigido por Gilbert Parker, que estuvo específicamente orientado hacia los Estados Unidos con el propósito fundamental de lograr su concurso como parte activa y beligerante en la llamada Gran Guerra o Guerra del 14, nombres con los cuales se conoce también la Primera Guerra Mundial. En este sentido, cabe destacar que el Departamento de Informaciones de Londres tenía una sucursal en la propia ciudad de New York (Rey, 2006) como está históricamente acreditado. Es preciso destacar, al respecto que una buena parte de la opinión pública estadounidense

sentía que su país había sido impulsado a la guerra engañada por la propaganda británica y por el fervor patrioter del Comité. Por lo que para ese sector de los estadounidenses propaganda representa lo más cercano a la mentira (Rey, 2006: 85).

En síntesis, diremos que **la Comisión Creel tuvo, a juicio de muchos entendidos en el tema, el “mérito” de organizar eficientemente la primera campaña moderna de propaganda de la historia –tal y como la conocemos hoy día– llevada a cabo por un gobierno hasta alcanzar en tan solo unos pocos meses, no más de seis, el objetivo propuesto, a saber, la transformación de una pacífica sociedad estadounidense:**

En otra histórica y belicista que quería ir a la guerra y destruir todo lo que oliera a alemán, despedazar a todos los alemanes, y salvar así al mundo. Se alcanzó un éxito extraordinario que conduciría a otro mayor todavía: precisamente en aquella época y después de la guerra se utilizaron las mismas técnicas para avivar lo que se conocía como Miedo rojo. Ello permitió la destrucción de sindicatos y la eliminación de problemas tan peligrosos como la libertad de prensa o de pensamiento político. El poder financiero y empresarial y los medios de comunicación fomentaron y prestaron un gran apoyo a esta operación, de la que, a su vez, obtuvieron todo tipo de provechos (Chomsky, 2002).

Según Chomsky, otro de sus logros fue generar, con Bernays a la cabeza, la industria de las relaciones públicas empresariales en Estados Unidos. Una poderosa industria de propaganda que aplicó *a posteriori* las técnicas de la Psychological Warfare (Guerra Psicológica) del conflicto de 1914-1918 al control del pensamiento (Chomsky, 1997: 7). Al respecto cabría señalar que

El historiador J.F. Fuller habla de “un pueblo enloquecido por la propaganda” y dice (...) que Wilson habría permanecido neutral “de no ser por el pulpo de la propaganda, cuyos tentáculos le dominaban como un vicio”. Raymond B. Fosdick (...) resumía el éxtasis de odio que dominó al pueblo norteamericano. “Odiábamos con un odio común, que era emocionante...Un orador pidió que el Kaiser, una vez capturado, fuera hervido en aceite, y todo el público se puso en pie aprobando la posición con gritos histéricos” (...) Esa era la clase de locura... nuestra (Álvarez, 1983: 117).

Se inauguraba así, por lo demás, la era de los conflictos bélicos totalizadores que buscaban un efecto de involucramiento masivo por parte de la gente sin discriminar entre ejércitos y población civil, en el marco de un nuevo y “moderno” estilo de trabajo en materia de comunicación persuasiva. Algo inédito hasta entonces, especialmente por sus dotes de cientificidad, planificación y organización. Un eficiente trabajo destinado fundamentalmente a la “fabricación/manufactura del consenso”, que no es más que una

forma eufemística de referirse a la manipulación de la opinión pública (Chomsky, 2002). En definitiva, un trabajo destinado al control de la mente (los sentimientos y las conductas de las personas) a través del uso de sofisticados y elaborados mensajes destinados a disparar las emociones humanas más básicas (odio y miedo), que no tardará mucho en ponerse al servicio de otras necesidades del poder. En este sentido Chomsky señala:

Los medios utilizados fueron muy amplios. Por ejemplo, se fabricaron montones de atrocidades supuestamente cometidas por los alemanes [*Atrocity Propaganda*], en las que se incluían niños belgas con los miembros arrancados y todo tipo de cosas horribles que todavía se pueden leer en los libros de historia, buena parte de lo cual fue inventado por el Ministerio británico de propaganda, cuyo auténtico propósito en aquel momento —tal como queda reflejado en sus deliberaciones secretas— era el de dirigir el pensamiento de la mayor parte del mundo. Pero la cuestión clave era la de controlar el pensamiento de los miembros más inteligentes de la sociedad americana, quienes, a su vez, diseminarian la propaganda que estaba siendo elaborada y llevarían al pacífico país a la histeria propia de los tiempos de guerra. Y funcionó muy bien, al tiempo que nos enseñaba algo importante: cuando la propaganda que dimana del estado recibe el apoyo de las clases de un nivel cultural elevado y no se permite ninguna desviación en su contenido, el efecto puede ser enorme. Fue una lección que ya había aprendido Hitler y muchos otros, y cuya influencia ha llegado a nuestros días (Chomsky, 2002).

Al margen de todo lo dicho anteriormente nos queda un último aspecto relevante de esta experiencia, relativo a la base doctrinal y el andamiaje ideológico sobre los que descansó en gran medida el Comité, junto al enorme despliegue de acciones, soportes y dispositivos. Una cuestión que creemos indispensable para terminar de entender la disposición propagandística que impulsó junto a sus principales figuras y responsables. Noam Chomsky en su citado artículo *Control Media* (2002) explicita uno de los componentes clave de la matriz ideológica del Comité: la “democracia del espectador”, que no es otra cosa que la “democracia de los borregos”, parafraseando a Lippmann y Bernays.

A continuación intentaremos resumir este interesante planteamiento chomskiano: Walter Lippmann, considerado el decano del periodismo estadounidense, políglota (hablaba perfectamente alemán y francés, además de inglés), analista político y teórico de la democracia liberal, además de una de las figuras y teóricos del Comité⁴⁸, al cual, dicho sea de paso, se le atribuye la popularización del término “Guerra Fría” (Rey,

⁴⁸ E.L. Bernays reconoce la influencia que el libro de Lippmann, *Public Opinion* (New York 1922), ejerció en él a la hora de desarrollar sus teorías (Rey, 2006: 78).

2006), sostenía en algunos de sus escritos, “algo así como *una teoría progresista sobre el pensamiento democrático liberal, que lo que él llamaba revolución en el arte de la democracia podía utilizarse para fabricar consenso*, es decir, para producir en la población, mediante las nuevas técnicas de propaganda, la aceptación de algo inicialmente no deseado” (Chomsky, 2002. El texto en cursivas es del original).

Asimismo, planteaba que más que una buena idea ello representaba una genuina necesidad democrática, pues “*los intereses comunes esquivan totalmente a la opinión pública y solo una clase especializada de hombres responsables* lo bastante inteligentes puede comprenderlos y resolver los problemas que de ellos se derivan” (Chomsky, 2002). Una teoría que además plantea que tan solo esa clase especializada de hombres constituidos en una élite son los verdaderamente capaces de comprender y determinar cuál es el bien y el interés colectivo, dado que se trata más bien de temas que escapan a la comprensión de la gente común. Un enfoque que, tal y como lo señala este autor, no se trata del algo para nada nuevo y que bien puede remontarse hasta los tiempos de la Grecia clásica en algunos de los planteamientos aristotélicos, como por ejemplo la teoría del “primer motor” de orientación física. Argumento que hizo de soporte ideológico a las bárbaras acciones de los conquistadores españoles del siglo XVI, y en virtud del cual éstos vieron a los indios americanos como bárbaros e inferiores y de inspiración perversa. Otro tanto ocurrió en tiempos de la revolución inglesa del siglo XVII y las ideas de los llamados *Founding Fathers of the United States*, léase B. Franklin, G. Washington, J. Adams, T. Jefferson, J. Jay, J. Madison, T. Paine y A. Hamilton. No olvidemos que John Stuart Mill⁴⁹ temía que el igualitarismo que traía teóricamente la democracia acabaría otorgándole poder a los ignorantes. Un planteamiento que, por lo demás, entronca perfectamente con las ideas sostenidas al respecto por el marxismo-leninismo y sus particulares ideas de vanguardia revolucionaria o de centralismo democrático. Asimismo, el filósofo alemán Karl Jaspers oponía la “aristocracia espiritual” a la “masa impersonal”, mientras que para Martin Heidegger, afiliado al partido nazi y rector de la Universidad de Friburgo durante el régimen hitleriano, la muchedumbre es portadora de una “psicología irracional gregal” (Fazio, 2000: 23). De tal modo que la idea fundamental es que “los hombres con ‘mentes inferiores’ deben ser ‘movidos’ por los que las tienen más poderosas” (Bestard,

⁴⁹ 1806-1873, filósofo y economista inglés considerado uno de los padres de la economía clásica junto al también inglés Adam Smith.

1987: 111). En definitiva, se trata de una idea que está presente en el sistema democrático más extendido e institucionalizado, al tiempo que muy cuestionado: el liberal representativo, como lo está en la esencia del leninismo (Chomsky, 2002). Asimismo, Lippmann le dio, finalmente, cuerpo a estas ideas en una teoría bastante elaborada sobre la democracia progresiva, en virtud de la cual una democracia que se precie de tal y que funcione “adecuadamente” posee distintas clases de ciudadanos, pero básicamente dos grandes grupos, que diferencia porque asumen un papel activo o pasivo en las diferentes cuestiones relativas al gobierno y la administración.

Se trata por un lado de la “clase especializada”, que integran personas “que analizan, toman decisiones, ejecutan, controlan y dirigen los procesos que se dan en los sistemas ideológicos, económicos y políticos, y que constituyen, asimismo, un porcentaje pequeño de la población total” (Chomsky, 2002). Población total que muy gráficamente Lippmann llamó “el rebaño desconcertado”: hemos de protegernos de *este rebaño desconcertado cuando brama y pisotea*” (Chomsky, 2002). Representado por el porcentaje mayoritario de la población, y cuya única función en una democracia consiste en ser espectadores en lugar de ciudadanos activos, como podría pensarse que ocurre en toda democracia efectiva y real. O sea, el 1% versus el 99%, que han venido en llamar el neo-movimiento social, estamos pensando en Democracia Real Ya, el 15M o el Occupy Wall Street:

Pero, dado que estamos hablando de una democracia, estos últimos llevan a término algo más que una función: de vez en cuando gozan del favor de liberarse de ciertas cargas en la persona de algún miembro de la clase especializada; en otras palabras, se les permite decir queremos que seas nuestro líder, o, mejor, queremos que tú seas nuestro líder, y todo ello porque estamos en una democracia y no en un estado totalitario. Pero una vez que se han liberado de su carga y traspasado ésta a algún miembro de la clase especializada, se espera de ellos que se apoltronen y se conviertan en espectadores de la acción, no en participantes. Esto es lo que ocurre en una democracia que funciona como Dios manda (Chomsky, 2002).

Quisiéramos terminar esta parte con un par de ideas (fundamentales) más de Noam Chomsky, que en nuestra opinión ilustran de muy buena manera la importancia capital que tuvo el Comité en materia de persuasión en un futuro que bien puede proyectarse hasta nuestros días; pero no sin antes recordar, además, las palabras de Edward R. Murrow, asesor del extinto presidente John F. Kennedy, que cobran especial sentido al calor de tales postulados: “Una nación de borregos merece un gobierno de lobos” (Marthoz, 2007).

Los Estados Unidos crearon los cimientos de la industria de las relaciones públicas. Tal como decían sus líderes, su compromiso consistía en controlar la opinión pública. Dado que aprendieron mucho de los éxitos de la Comisión Creel y del miedo rojo, y de las secuelas dejadas por ambos, las relaciones públicas experimentaron, a lo largo de la década de 1920, una enorme expansión, obteniéndose grandes resultados a la hora de conseguir una subordinación total de la gente a las directrices procedentes del mundo empresarial a lo largo de la década de 1920 (Chomsky, 2002).

Chomsky se refiere, precisamente, a los años 20, que es donde se remonta, según él, la enorme presión consumista que se ejerce en los EE.UU.⁵⁰ a raíz de la toma de conciencia por parte del mundo empresarial de este país:

Si no se atomiza a la gente, si no se la conduce hacia aquello que denominamos “las cosas superficiales de la vida, como por ejemplo el consumo de moda”, la población puede girarse en contra suya (...) El grado de alienación de la población hacia las instituciones democráticas es enorme. De ahí la importancia de que la gente esté atomizada, absorbida en el mundo del consumo, preocupada en cómo pagar las deudas reflejadas en sus tarjetas de crédito, separadas unas de las otras, sin escuchar debates críticos. Siempre que sea así, la clase empresarial cree que puede controlar a la población (Chomsky, 2002).

Por último, cabe recordar que el Comité llegó prácticamente a su fin con un curioso episodio atribuido a un error o exceso protagonizado por Bernays con la prensa, que terminó, definitivamente, por opacar en gran medida su paso por esta experiencia. Este episodio se refiere a la Conferencia de Paz de Versalles, Francia, la cual terminó condenando al presidente Wilson a un abultado fracaso: “La falta de buenas relaciones públicas de Wilson y de los Estados Unidos fue una de las causas del fracaso del Wilson en París y de la Liga de las Naciones. Por eso se ha afirmado que ‘las palabras ganaron la guerra y perdieron la paz’” (Rey, 2006: 45).

Finalmente, creemos interesante dejar al propio Bernays referirse a su paso por el comité:

El trabajo que realicé para el CPI, basado en mi experiencia como agente de prensa, (...) me dio la primera comprensión real del poder de las ideas como armas y las palabras como balas. Cuando regresé a la guerra, reconocí conscientemente lo que habíamos hecho para hacer “el mundo seguro para la democracia” al intensificar la actitud de nuestro propio pueblo en apoyo de nuestros objetivos bélicos e ideales, en poner de nuestro lado a los neutrales y en reducir la moral del enemigo (...) Hubo

⁵⁰“La industria de las relaciones públicas es una industria enorme, muy sofisticada en EEUU. Probablemente una sexta parte del PIB se destina al marketing, a la publicidad, etc., y representa un elemento clave de la sociedad”. En entrevista a Chomsky por Vicenç Navarro realizada el 13 de mayo de 2008 en el MIT, Cambridge (Massachusetts) Consultable en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=70589>. Consultada el 27/05/2013.

una lección básica que aprendí en el CPI (...) lo que se pudo hacer para una nación en guerra podía ser hecho para organizaciones y gentes en una nación en paz (Lawerence & Hillsdate, 1994; 161-162).

2.1.3.2. EL APOORTE DE LAS FIGURAS CANÓNICAS

✓ WALTER LIPPMANN: "EL FABRICANTE DEL CONSENSO"

Al margen de todo lo comentado con anterioridad, sin lugar a dudas la vida y obra de Lippmann (1889-1974) daría para más de una tesis, porque es en realidad muchísimo lo que se podría decir al respecto, de la mano de Noam Chomsky y Noelle-Neumann, quienes hacen una excelente relectura y análisis de su obra que nos interesa relevar en esta parte del trabajo. Diremos, también, que fue un influyente periodista, intelectual y diplomático de origen judeo-alemán, políglota, que ganó dos veces el Premio Pulitzer por su columna titulada "Today and Tomorrow" en *The Washington Post*. "El principal intelectual público del siglo XX" (Chomsky, 2010: 65). No obstante, es evidente que por lo que cobró mayor celebridad fue, primeramente, por su destacado paso por el Comité Creel y, un poco más tarde, a raíz de la publicación de su libro *Public Opinion* (1922).

Una obra, ciertamente, a la vez que controversial, genuinamente pionera en lo que respecta a los estudios de comunicación en materia de opinión pública y periodismo (medios de comunicación), que escribió cuando apenas contaba con 32 años y en circunstancias en que ya había escrito tres libros sobre diplomacia y política, y uno sobre la cobertura informativa de la Revolución Rusa, *The Liberty and The News*. Y que, dicho sea de paso, fue reeditado muchas décadas después (1964, Alemania; 1965, Estados Unidos, 1977 y 2003, España), luego de que el propio Lippmann lo remozara en 1949, no sin antes publicar tres años después, motivado por el éxito de *Public Opinion*, una especie de segunda parte que tituló *The Phantom Public*, que al poco de su publicación cayó rápidamente en el olvido. John Dewey calificó *Public Opinion* como "posiblemente la acusación más efectiva jamás escrita contra la concepción actual de democracia", para destacar el sesgo marcadamente antidemocrático que muchos vieron en el libro. Una idea que obviamente Lippmann nunca compartió, toda vez que él se declaraba públicamente como un demócrata convencido (Lippmann, 2003: 20-21).

Respecto de sus numerosos hallazgos habría que señalar que, primeramente, tal y como plantea Noelle-Neuman, fue el primero en desenmascarar “nuestro autoengaño racionalista sobre el modo en que las personas supuestamente se informan y forman los juicios que guían su acciones en el mundo moderno: con madurez y tolerancia, observando, pensando y juzgando como científicos en un esfuerzo incesante por examinar objetivamente la realidad, ayudados en este esfuerzo por los medios de comunicación” (Noelle-Neuman, 2003: 190). Una vana ilusión a la cual Lippmann contrapone una realidad diametralmente opuesta, mostrando cómo es que en realidad la gente construye sus concepciones, a partir de una arbitraria (y limitada) selección de fragmentos de mensajes que somos capaces de captar y, luego, cómo los procesamos/clasificamos, lo cual determina en definitiva no solo el cómo, sino lo que vemos (Lippmann, 2003: 82).

Se trata de un conjunto de formulaciones que desarrolla Lippmann y que “la psicología social empírica y la investigación de la comunicación tardarán décadas en confirmar punto por punto. No he encontrado en todo el libro de Lippmann ni una idea sobre el funcionamiento de la comunicación que no haya sido verificada una y otra vez por esmerados trabajos de laboratorio y de campo” (Noelle-Neuman, 2003: 190). Un libro ciertamente revelador, al menos en lo que respecta al desarrollo del concepto de opinión pública (Rey, 2006: 78). Curiosamente, en esta parte, precisamente, es donde se encuentra uno de los puntos más bajos del libro a juicio de Noelle-Neumann, dado que éste si bien es cierto que introduce el concepto, lo despacha casi de prisa y corriendo, en el capítulo 1 de la primera parte de su libro, asimilando, por un lado, las imágenes mentales propias a las necesidades y a las intenciones y relaciones de las personas; y, por otro, haciendo una distinción entre dos niveles de opinión pública:

En general denominamos asuntos públicos a los aspectos del mundo exterior que están relacionados con comportamientos desarrollados por terceros y que en alguna medida interfieren con el nuestro, dependen de nosotros o nos interesan. Las imágenes mentales creadas por ellos, las imágenes de ellos mismos, de otros individuos, de sus necesidades, propósitos y relaciones constituyen sus opiniones públicas. Las imágenes que provocan reacciones por parte de grupos de personas, o de individuos que actúan en nombre de grupos, constituyen la Opinión Pública con mayúsculas (Lippmann, 2003: 42).

Esto, como es obvio, no está a la altura de otros notables autores que han abordado el tema de la opinión pública, que van desde Maquiavelo, Montaigne y Rousseau hasta Luhmann, pasando por Locke y Hume (Noelle-Neumann, 2003: 200). Sin embargo,

como resulta más o menos evidente, también, no es éste sino otros los conceptos que más interesa destacar del autor, tal es el caso de *estereotipos* (también abordado por Bernays como concepto clave de su modelo propagandístico). En este concepto Lippmann identifica “la piedra angular de la opinión pública: la cristalización de las concepciones y las opiniones en ‘estereotipos’ con carga emocional” (Noelle-Neumann, 2003: 191).

Los estereotipos constituyen una imagen ordenada y más o menos consciente del mundo, a la que nuestros hábitos, gustos, capacidades, consuelos y esperanzas se han adaptado por sí mismos. Puede que no formen una imagen completa, pero son la imagen de un mundo posible al que nos hemos adaptado (...) de forma tan acogedora como nuestro par de zapatos más usado (Lippmann, 2003: 93).

Otro de los aportes que sí interesa destacar más especialmente es el hecho de que supo captar y distinguir con una agudeza extraordinaria entre las percepciones de la gente de primera mano y las que proceden de otras fuentes, como por ejemplo de los medios de comunicación o la industria cultural en general. Algo de lo cual difícilmente existe conciencia en la gente, precisamente por la inalcanzabilidad, inabordabilidad e incompresibilidad (de la imagen) del mundo que tenemos; lo cual nos impide diferenciar entre una experiencia indirecta y otra que no lo sea. Una distinción que virtualmente se hace imposible. De donde concluye Lippmann que la influencia de los medios de comunicación, junto con ser extremadamente grande (pues son muchas nuestras imágenes mentales que proceden de allí respecto de las que proceden de nuestra percepción directa), opera en un plano netamente inconsciente (Noelle-Neumann, 2003: 192). Por su parte, “el entorno real resulta en conjunto excesivamente grande, complejo y fugaz para que podamos conocerlo de forma directa. No estamos capacitados para manejar tanta sutileza y variedad, ni para considerar un número tan elevado de permutaciones y combinaciones (...) por mucho que debamos actuar en él, nos vemos en la necesidad de reconstruirlo en modelos más asequibles para poder manejarlo. Podría decirse que estos modelos son como mapas que nos guían a través del mundo” (Lippmann, 2003: 33).

Del párrafo anterior se desprende claramente una idea que cincuenta años más tarde Luhmann acogerá con el nombre de reducción de la complejidad, y que Noelle-Neumann ve que en ello estaría el comienzo de una cadena de distorsión de la imagen del mundo que aloja en nuestras conciencias. Por lo demás, otro de los conceptos que interesa relevar en Lippmann que será relevante dentro de los conceptos teóricos

empleados para esta investigación y que se deriva de lo anterior, es el de sesgo, que va de la mano de la re-construcción (sesgada) que se hace de la “realidad”; pues resulta evidente –como señala– que las noticias que nos llegan a través de los medios de comunicación de masas son en última instancia el producto de una serie de selecciones y filtros. En efecto, “los periódicos, tal y como finalmente llegan a manos de los lectores, son el resultado de una serie de decisiones relativas a qué debe imprimirse, qué orden deben seguir las noticias, cuánto espacio deben ocupar y qué aspectos se deben enfatizar en cada caso. No hay ningún criterio objetivo que se pueda aplicar. Todo son convencionalismos” (Lippmann, 2003: 285). Es a raíz de lo cual que describió lo que los periodistas consideran, a la hora de la selección, “valores de la noticia”. Una suerte de pretendido objetivismo noticioso en virtud del cual –como todos los periodistas operan con este mismo criterio– se construye una suerte de “consenso informativo” que supone una confirmación de certitud para el público generador del *pseudoentorno*, la *pseudorrealidad* (Lippmann, 2003: 289).

Otro de los descubrimientos que desarrolló Lippmann, algo que algunas décadas más tarde, de algún modo, redescubre la investigación en psicología social y comunicación, dice relación con el fenómeno de la *percepción selectiva* (se ve/lee lo que se quiere ver/leer), que se explica en el hecho de que al intentar de evitar por todos los medios la disonancia cognitiva, y por efecto del fenómeno de reducción de la *complejidad cognitiva* (que desarrolla Niklas Luhmann basado en las tesis biologists de Humberto Maturana y Francisco Varela), procuramos mantener una imagen armónica del mundo formulando (construido) con lo cual logramos una segunda fuente de distorsión de las realidad y de su transmisión. Es en función de este tipo de cuestiones que, por ejemplo, las personas con actitudes distintas ven los mismos acontecimientos de manera diferente. Así lo explicita Noelle-Neumann (2003: 194) citando a Walter Lippmann:

la pauta de los estereotipos que se hallan en el centro de nuestros códigos determina en gran parte qué conjunto de hechos vamos a ver, y bajo qué luz. Por eso, incluso con la mejor voluntad del mundo, la política informativa de un periódico tiende a apoyar su política editorial. Por eso, un capitalista ve un conjunto de hechos – literalmente los ve– y unos aspectos determinados de la naturaleza humana, y su adversario socialista ve otro conjunto y otros aspectos diferentes, y cada uno de ellos

considera al otro irrazonable o perverso, cuando la diferencia real entre ellos es una diferencia de percepción⁵¹.

Ahora bien, es evidente que hoy por hoy la porción de “realidad” que trasladan a nuestras mentes los medios de comunicación se ha multiplicado exponencialmente y que se conjuga con nuestras observaciones obtenidas de primera mano, en donde lo más relevante de esta captación es el contenido emocional –lo que es bueno y lo que es malo– aprehendido mediante la imagen y el sonido. “Estas impresiones emocionales son duraderas. Se conservan mucho después de que los argumentos racionales se hayan escabullido, como podemos leer en Lippmann” (Noelle-Neumann, 2003: 195). Lippmann señala que la ausencia de los trozos de representación de realidad omitidos de la descripción recibida por el público puede traer consecuencias muy diversas. Al tiempo que valora positivamente los estereotipos, dado que en virtud de ellos y de la simplificación de la realidad ejercida se facilita que la gente pueda repartir su atención en varios temas a la vez y no contentarse con un horizonte restringido de la misma. Por tanto, señala, la “realidad” está constituida por lo que procede de las imágenes simplificadas de ésta y por la manera en que efectivamente la experimenta la gente. De modo tal que “la cultura mediática consiste en lo que seleccionan del mundo y nos ofrecen los medios de comunicación. En última instancia como el mundo real no está a nuestro alcance, a nuestra vista, ésta suele ser nuestra única perspectiva sobre el mundo” (Noelle-Neumann, 2003: 197).

A decir de Lippmann (2003), los medios de comunicación de masas retratan un mundo imaginario y las imágenes mentales obtenidas a partir de ellos influyen en todo momento en lo que hacemos y decimos. Algo que muchas décadas más tarde (1986) George Gerner y su equipo a través de un completísimo estudio de efectos de audiencia en materia de TV, calificado por algunos como el más amplio análisis sobre el tema desarrollado hasta la fecha, se encargaba de verificar a partir de dos potentes conclusiones: que el mundo presentado en la TV constituye una re-presentación de la

⁵¹Incluso, al margen de la cuestión de la percepción que plantea Lippmann, diremos que el profesor Ryota Kanai, de la Universidad de Londres (Reino Unido), tras llevar a cabo una investigación conjunta con otros especialistas, concluye que las distintas opiniones políticas pueden ser visibles sutilmente en distintas estructuras cerebrales, a pesar de que siempre se ha supuesto que estas actitudes están mediatizadas casi exclusivamente por factores ambientales. Por lo que se han identificado influencias biológicas en la orientación política de cada individuo (Kanai, Feilden, Firth, Rees, 2011).

realidad completamente errónea y que, precisamente, consideramos lo que vemos en la TV como efectivamente un reflejo de la realidad (Pratkanis y Aronson, 1995: 80).

El último concepto digno de ser destacado de Lippmann, especialmente por sus implicancias y por lo que ha dado de sí en materia de persuasión, se refiere al concepto de *manufactura* (fabricación) *del consenso*, que entre otras cosas dio pábulo al título de uno de los más importantes textos sobre la manipulación en los medios de comunicación estadounidenses de la autoría de Noam Chomsky y Edward S. Herman, *Manufacturing consent: the political economy of the mass media* ((mal)traducida al castellano como *Los guardines de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*). Al respecto Stuart Ewen, profesor del Departamento de Cine y Estudios de los Medios en el Hunter College, CUNY (City University de Nueva York), señaló: “El concepto de Bernays y Lippmann de manejar a las masas contaminó la democracia y la convirtió en un paliativo: dar a la gente un medicamento para que se sientan bien y que puedan responder a un dolor inmediato, sin alterar las condiciones objetivas que lo crean” (Curtis, 2002). No obstante, más allá de lo controversial que pueda resultar o no este personaje y sus aportes, creemos que es menester “reconocer, sin embargo, que las conclusiones a las que llegó fácilmente Lippmann están siendo abordadas poco a poco por los actuales investigadores de la comunicación, con mucha dificultad” (Noelle-Neumann, 2003: 197).

✓ EDWARD L. BERNAYS: EL “INGENIERO” DEL CONSENTIMIENTO

Bernays (1891-1995) nació en el seno de una familia judía en Viena a fines del siglo XIX, sobrino de Sigmund Freud por parte de padre y madre, con el cual, dicho sea de paso, desarrolló una compleja relación –como todas las que al parecer protagonizaba el destacado científico vienés– y que terminó frustrando en gran medida sus propósitos iniciales: transformarse en el representante de Freud e introductor del psicoanálisis en los Estados Unidos, concretamente en la sociedad neoyorkina de entonces (Rey, 2006: 53-58). Una información biográfica que a simple vista puede parecer algo baladí pero que resulta francamente relevante, especialmente, si se han de tener en cuenta las ideas e

influencias del personaje⁵², los fundamentos teóricos e ideológicos del método que desarrolló y, muy especialmente, a quién terminaron irónicamente sirviendo finalmente sus principales hallazgos y descubrimientos. En este sentido, cabe citar la anécdota bastante difundida que señala que el ministro de propaganda nazi, Joseph Goebbels, tenía como libro de cabecera la primera de las obras de nuestro personaje, *Crystallizing Public Opinion* (Black, 1994). Para no hablar de la sociedad criminal basada en los “escuadrones de la muerte” a la que contribuyó, de algún modo, a instalar en Guatemala en virtud de su asesoría a la poderosa, monopólica y transnacional UnitedFruitCompany⁵³.

La publicación de *Crystallizing* en 1923, en donde Bernays se encarga de destacar con ribetes casi mesiánicos la función social que le atribuye a las “relaciones públicas” o “nueva propaganda”, supuso un verdadero suceso, toda una novedad; al punto de que más tarde ello le valió para ser considerada por numerosos especialistas como el mayor aporte al desarrollo profesional en el campo de las relaciones públicas y la propaganda. Fue escrita, como se ha dicho, bajo la reconocida influencia de *Public Opinion* (1922) de Walter Lippmann, entre otras inspiraciones por el estilo, especialmente en lo que respecta al concepto de opinión pública⁵⁴. En esta obra, junto con delimitar el campo de acción, el objeto y las funciones del “consultor” o profesional de las relaciones públicas, separa, definitivamente, esta naciente disciplina (que veía fuertemente fundamentada en las ciencias sociales, especialmente en la sociología y la psicología) de las prácticas de agencia de prensa. Con ello quedaban, definitivamente, establecidas las bases de las relaciones públicas, y de paso la función del “consultor” (el otro gran concepto que introdujo en las ciencias de la comunicación) como una función propia del *management*, a la par que introducía el concepto de las dos vías comunicacionales de las relaciones públicas: adaptar las políticas de la compañía hacia el público como para cambiar las actitudes del público hacia ésta (Rey, 2006: 78-79).

⁵²Reconoció abiertamente la influencia de su tío, la que ya es evidente en su primer libro, *Crystallizing Public Opinion*, 1923: “como he sido criado en un ambiente de psicología y de los métodos de mi tío, indudablemente he recibido mucho de ello por ósmosis, y lo que no he recibido por ósmosis, lo he obtenido de la lectura de sus libros” (Rey, 2006: 53-54).

⁵³Paradojalmente, según algunos varios autores, Rey y Barquero entre otros, habiendo recibido expresas ofertas, se negó a asesorar a los gobiernos de Hitler, Somoza y Franco por considerarles autoritarios (Rey, 2006: 109).

⁵⁴Bernays consideraba que la creciente atención otorgada a la “opinión pública” era todo un hecho social y político de lo más significativo.

Por otra parte, Bernays publicó, luego de *Crystallizing*, otras dos obras muy importantes y de similar calibre, a saber, *Propaganda* (New York, Liveright Publishing Corp, 1928, fue reimpreso en 1972 por Kemmnikat Press de Port Washington, New York) y *The Engineering of Consent* (1965), con lo que se sitúa, tempranamente, como uno de los pioneros de los estudios sobre este tema dotados de rigor científico. No obstante, Bernays, si bien es cierto que no fue un académico, aunque se dice que dictó el primer curso universitario de relaciones públicas en una universidad estadounidense, la Universidad de New York en 1923, sí fue esencialmente un versátil consultor (Rey, 2006: 17). En cuya trayectoria profesional le tocó asesorar a algunas de las más importantes figuras públicas estadounidenses, entre las cuales cabría destacar a los presidentes de este país Calvin Coolidge, Dwight Eisenhower, Roosevelt, Herbert Hoover, y más tarde a Ronald Reagan; como también hizo con personalidades de la talla de Edison, Caruso y Nijinsky, pues también ofició de promotor de teatro (Rey, 2006: 32-33). Pero, por sobre todo, fue asesor de importantes y poderosas empresas transnacionales como es el caso de General Motors Corporation, Cartier, Westinghouse Electric Corporation, Dodge, CBS y United Fruit Company, entre otras. Esta última acaso su más polémica colaboración, previa a la invasión de la Guatemala de Albenz en 1954. De todo ello dejó debida constancia en su libro de memorias *Biografía de una idea. Memorias de un asesor en Relaciones Públicas*, que vio la luz en 1965, cuando se retiraba de la escena pública y profesional. Como sabemos, luego de lo cual siguió vigente y activo tras esa extensa y dilatada trayectoria, tal y como quedó demostrado en los ochenta, cuando se transformó en uno de los principales asesores del presidente republicano Ronald Reagan. Por todo ello, seguramente, la prestigiosa revista *Time*⁵⁵ lo calificó como uno de los cien americanos de mayor influencia del siglo XX, nada menos que junto a Martin Luther King, Robert Oppenheimer y Albert Einstein, como asimismo *Life Magazine* en 1989 lo incluye, entre otras importantes figuras, dentro de los 200 estadounidenses más importantes del siglo XX (Rey, 2006: 152). En algún otro año esta misma publicación lo sindicó como uno de los personajes con mayor poder de decisión en el gobierno de los Estados Unidos (Barquero, 2000).

Por otro lado, Bernays, tal y como era de esperar, al igual que sus colegas del Comité, Lippmann y Lasswell, o como el filósofo John Dewey, veía a la propaganda, y

⁵⁵Se dice que asesoró a Clare Boothe Luce, esposa de Henry Luce, el fundador de la revista *Time* (Rey, 2006: 109).

a su método en particular, como algo consustancial a una muy particular idea de la democracia; la que veía, básicamente, como una herramienta necesaria al servicio del ejercicio del poder. Para él, simplemente, era el único medio –más “económico” que la coacción– de suscitar adhesión de las masas, es decir, apoyo al gobierno y sus políticas por parte de la opinión pública. En donde “el gobierno tiene como misión fundamental la de fabricar el consenso a través de los medios de comunicación para que la opinión pública esté distraída y opine lo menos posible, al mismo tiempo que de estar convencida de que ‘tiene el poder’ ya que se le convence, se le genera la ‘ilusión necesaria’ de que realmente, cada cuatro años, el pueblo elige libremente a su presidente” (Huici, 2010: 28).

O sea, Bernays, claramente, adhería al concepto de la “democracia del espectador” de la que habla Chomsky, al que ya hemos hecho mención, y que consagra a lo menos un par de importantes cuestiones. Por un lado, la omnipresencia de los medios de comunicación, y por otro, la pasividad de la audiencia, dos soportes ideológicos fundamentos de su método. Un método que por lo demás está inspirado básicamente en el principio jeffersoniano que puede ser perfectamente resumido en la consigna: “en nuestra sociedad democrática cada actividad debe responder al mutuo entendimiento de la gente y depender del mismo consentimiento”, y que hábilmente Bernays definió como de persuasión de la opinión pública desde un punto de vista científico y planificado, denominándolo *The Engenieering of Consent* (mal traducido como “ingeniería del mutuo entendimiento”). Un concepto que, además, fue empleado en un famoso artículo suyo publicado en 1947 en *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* en el cual explicitó sus ocho puntos metodológicos. Más tarde, en 1955, con este mismo nombre –que usó en muchos artículos más– publicó un volumen ampliado (Rey, 2006: 86).

Pienso que éste es un término básico para el buen funcionamiento de la democracia. Las causas antisociales están continuamente intentando ganar el consentimiento de la gente para sus puntos de vista. A menos que las buenas causas sociales puedan fabricar el consentimiento del público para sus puntos de vista, nuestra democracia tomará la mala senda. Por “ingeniería del consentimiento” quiero significar simplemente eso: adoptar el enfoque de ingeniería del problema de ganar el consentimiento para un punto de vista, idea o cosa. Mucha gente hoy en día piensa que las relaciones públicas [nueva propaganda] son sólo sentido común aplicado. Por supuesto, sabemos que no fue así. La sociedad norteamericana es hoy tan complicada que demanda un enfoque de ingeniería para ocuparse de ella. Todo líder sabe esto, Nosotros sencillamente lo hemos puesto en términos simples (Rey, 2006: 87).

Más específicamente señala que “significa simplemente el uso de un enfoque de ingeniería, esto es, la acción basada solo en un conocimiento profundo de la situación y en la aplicación de principios científicos y prácticas comprobadas a la misión de conseguir que la gente dé su apoyo a las ideas y a los programas” (Rey 2006: 226).

Por otra parte, al margen de cualquier consideración teórica, es preciso recordar que las tesis de Bernays con motivo de la publicación de *Crystallizing Public Opinion* y una vez develados los contenidos de *The Engineering of Consent*, se vieron enfrentadas duramente por cuestiones más bien éticas. Ello representan las enérgicas reacciones por parte de medios de comunicación como *Survey* y *Nation*, por ejemplo (Rey 2006: 81) e incluso no faltaron las voces que abiertamente lo acusaron de manipulación. De hecho, con motivo de la publicación de su segundo libro, *Propaganda* (1928), en donde trata a las relaciones públicas como la “nueva propaganda” y explicitará, con su acostumbrado estilo crudo, directo, terminante y descarnado, la estructura de los mecanismos que controlan la mente del público y la manera de manipular la opinión pública, Marlen E. Pew, en *Editor & Publisher*, llegó a compararlo derechamente con Maquiavelo (Rey, 2006: 84). Cabe señalar en este sentido que para Bernays, al igual que para los nazis, la propaganda y la manipulación no tenían una connotación negativa, sino que por el contrario la llega a ver como parte de la esencia del sistema democrático estadounidense e incluso como un complemento de la educación. Del mismo modo, cuando habla de ética, que desarrolla ampliamente en *Crystallizing*, más bien está hablando de cuestiones deontológicas, una especie de ética pragmática si se quiere, para no anunciar la ausencia total de ella en sus tesis.

Dichas reacciones, todas, resultan bastante comprensibles a la postre si hemos de tener en cuenta tan solo que, básicamente, toda la maquinaria que construye y sus fundamentos ideológicos está única y exclusivamente en función del ejercicio y control del poder por parte de una elite gobernante y, al mismo tiempo, impedir su enajenación en favor del “rebaño desconcertado”. Pues para garantizar el éxito societal, el poder no debe salir de las manos de ese escogido grupo de personas, lo contrario es condenar a la sociedad directamente al fracaso. Unas ideas en las que algunos han establecido cierto parangón con las ideas del nazismo. De hecho no faltaron quienes en su primer libro, paradójicamente, ven un innegable acercamiento a las ideas expresadas por Adolf Hitler en el *Mein Kampf*, o sea, una especie de “*Mein Kampf* americano” (Huici, 2010: 28).

Pero, indiscutiblemente, más allá de la polémica que suscita el personaje y sus controvertidas ideas, al igual que su gurú Lippmann, resulta también indudable que estamos en presencia de uno de los genuinos pioneros –que cobrará una especial relevancia varias décadas más tarde– del fenómeno de la manipulación persuasiva, a partir de sus particulares ideas de la propaganda. Para él, la práctica de crear circunstancias e imágenes en la mente de millones de personas era una cuestión cada vez más extendida y muy común: “Hoy en día, prácticamente, no se lleva a cabo ninguna empresa de importancia sin su concurso” (Bernays, 2008: 34). Y es precisamente aquí en donde radica una de los “aportes” fundamentales del “ingeniero del consenso”: **ser uno de los primeros en admitir que las imágenes que configuran nuestra representación del mundo pueden ser alteradas y manipuladas mediante acontecimientos e imágenes mentales creadas y producidas *ad hoc* mediante el proceso propagandístico.**

Tal es así que al intentar definir las funciones del *Asesor* (en Relaciones Públicas), que es el nombre con el que viene a designar su quehacer profesional, señala que se trata de “un hombre que, de una u otra manera, produce ese mal vagamente definido que conocemos por “propaganda”, que extiende una impresión que colorea la psique del público en lo relativo a actrices, gobiernos, ferrocarriles” (Bernays, 2008: 23). Y para describir las funciones que le son propias pone por ejemplo, en *Crystallizing*, la respuesta dada por Napoleón al general que cuestionó, por desfavorables, las efectivamente desfavorables circunstancias que rodeaban una de sus campañas militares: “Bah, yo hago las circunstancias” (Rey, 2006: 222). Por lo que vendría a ser una especie de consejero de acciones y un comunicador de tales acciones, que tiene como campo de estudio la psique del público y a su disposición un abundante corpus teórico multidisciplinar e innumerables soportes comunicacionales, tanto como los que le permitan ejercer eficientemente la atención e influencia sobre el público; siendo –según él– los medios de comunicación de masas, específicamente la prensa, el canal más eficiente para alcanzar y conectarse con la psique del público, objeto y destinatario final de sus acciones. Tanto es así que concibe a la opinión pública interactuando permanentemente con la prensa, una interacción que, por lo demás, es materia propia del asesor, con lo cual ve a éste como una figura muy próxima a la del periodista, pero en términos de hacedor y no de intermediador (contador) de noticias. De tal modo que su principal tarea será la de aconsejar a sus clientes respecto de cómo obtener resultados

positivos en el campo de las relaciones con sus públicos y mantenerlos apartados de situaciones de infortunio o perjudiciales (Bernays, 2008).

Para Bernays, además, la opinión pública debe ser entendida como un grupo de opiniones individuales, por lo que para su cabal comprensión ha de entenderse, primeramente, al individuo y el equipaje mental que porta, el cual está compuesto básicamente por un conjunto de creencias sociales adquiridas y transmitidas por los discursos establecidos, más que como algo producto del ejercicio de la deducción lógica o de la investigación propia. Por lo que, concluye, el grueso de las opiniones (y creencias) compartidas carece absolutamente de una base racional. En efecto, las personas suelen formarse juicios categóricos y más o menos definitivos (hábitos mentales o estereotipos) respecto de temas sobre la base de un conocimiento insuficiente o muy limitado; de lo cual se desprende que los que menos saben son los más intolerantes a las opiniones diferentes a las suyas, por lo general, se apartan del plano racional y tienden a la descalificación y el insulto. Nos reitera, por lo demás, que la intolerancia está acompañada de la incapacidad de entender y tomar en cuenta la opinión del otro, por lo que hay que tener en cuenta los *a priori* y desactivar las viejas creencias en pos de las nuevas que es menester instalar (Bernays, 2008). Asimismo, el *público* debe ser entendido como una conformación compuesta por un gran número de pequeños públicos o grupos unidos por un interés común, lo más parecido al concepto de segmentación y que décadas más tarde, a partir de los 50, desarrollará a fondo la publicidad y el *marketing*. Y será parte del fundamento habilidoso del Asesor, su tarea esencial, mediar entre éstos y los clientes, por lo que resulta clave el profundo conocimiento que tenga éste efectivamente de los públicos.

Por otra parte, creemos que para comprender cabalmente el método creado por Bernays es preciso detenerse, *grosso modo*, en los aspectos esenciales de sus creencias y pensamiento (ideología). En efecto, principalmente, poseía tres creencias fundamentales, a saber, era ateo, freudiano y, además, férreamente partidario de la idea de un “gobierno invisible” que debía controlar la sociedad a través del inteligente manejo de las relaciones públicas con el propósito de conducir al “rebaño (*herd*) humano” a buen corral (Olasky, 1985). Esta singular idea, de orden social, vinculada al paradigma funcionalista, sostenía que no importa demasiado lo que la gente piensa sino que se comporte dentro de los parámetros socialmente aceptables; y para lo cual es imprescindible y necesario echar mano a la manipulación, porque Bernays, al igual que

una larga tradición de prohombres a lo largo de nuestra historia, desconfiaba profundamente de que la opinión pública pudiera conducirse sola en esos términos, a no ser que fuera a la indeseada situación de caos.

Por su parte, el ateísmo en Bernays es muy importante pues, según él, al no existir un principio organizador y ordenador de la vida, el consultor en Relaciones Públicas justifica su existencia en la necesidad de crear dioses a medida humana para garantizar el control social y evitar el caos y el desastre, que no es sino la idea del “gobierno invisible”. Una mirada de los “manipuladores” que emanaba de sus ideas freudianas, que señalan que nuestras acciones están fundamentalmente determinadas por impulsos y tendencias innatas que constituyen nuestro imaginario. Idea que matiza con la extraordinaria importancia que le asignaba en su teoría al instinto gregario, a las relaciones interpersonales y grupales. Precisamente, **la importancia que le asigna a la formación de grupos en la sociedad y, consecuentemente, al liderazgo constituye otra de las claves del pensamiento de Bernays**, al mismo tiempo que una de las mayores aportaciones a las ciencias de la comunicación (Rey, 2010: 235).

Al margen de su visión mesiánica, por lo que un tanto distorsionada, que tiene del consultor propagandístico, de su cuestionable pragmatismo ético, que lo hace ver la manipulación acríticamente como una acción dotada de un sentido completamente positivo, de sus ideas freudianas y ateas que lo llevan a articular una singular idea de orden (control social) y “democrático”, vemos que su modelo puede ser reducido a la siguiente fórmula: su piedra angular es el principio de la *ingeniería del consentimiento*, cuya principal herramienta es la propaganda y que debe ocuparse básicamente de la operación interactiva entre “público” y “cliente” (en el que identifica sus instintos y tendencias, los grupos sociales y sus liderazgos) mediante lo que él denomina “ajuste” o “adaptación” y que se refiere a la idea de conjugar los intereses y voluntades en juego por parte de ambos bandos. Además del empleo de la información y persuasión en la perspectiva del moldeamiento de la opinión pública –que para él eufemísticamente es una “mediación entre voluntad e intereses”– es preciso determinar los juicios *a priori* del público y modificarlos a favor o en contra de los intereses representados. Y todo ello cruzado diagonalmente por lo que Bernays considera un elemento clave: los medios de comunicación.

En lo que respecta a herramientas técnicas, el modelo de Bernays las manifiesta a partir de cuatro fases esenciales. Una primera fase, en donde identifica, junto al liderazgo social, las motivaciones, los símbolos y los medios de difusión. Por motivaciones está entendiendo lisa y llanamente las motivaciones básicas de la gente del estilo de la ambición, el orgullo, el hambre, el amor a la familia y a los niños, el patriotismo, etc.; en lo que respecta a los símbolos (empleados para la difusión de ideas) Bernays los define como “atajo al entendimiento y a la acción. Es la moneda corriente de la propaganda. A menudo una palabra” (Rey, 2006: 21) que apela directo a la emoción. Y, respecto a medios de difusión, está hablando de una amplia gama de dispositivos y recursos de que se dispone.

En una segunda fase se refiere al proceso de “transfusión”, que queda reflejado en la idea de que el público posee sus propias normas, demandas y hábitos, por lo que pueden ser modificadas pero jamás contrariadas, pues como sabemos la persuasión comunicativa siempre opera sobre un substrato preexistente, como es el caso de los mitos, tradiciones, etc. Huelga señalar que en este punto el planteamiento de Bernays coincide plenamente con la teoría de la argumentación que más tarde Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca desarrollarán en el marco de la llamada “nueva retórica”, a la cual en alguna medida nos referiremos más adelante. Por su parte en lo que respecta a la fase tres de su modelo persuasivo, Bernays establece que el mensaje ha de ser simple y “sobre simplificado” (algo que también el *marketing* desarrollará mucho tiempo después), la idea es igualar el impacto y la síntesis causada por un titular periodístico. La cuarta fase simplemente apela a los conceptos de repetición y orquestación. Con repetición apunta en la lógica de que la aceptación de una idea se produce, especialmente, si la repetición de una idea (de manera simple y básica) viene de diferentes fuentes (Rey, 2006: 218); y, por último, en lo que respecta a orquestación apela a la idea de repetición, tan variada como sea posible, de una idea a través de todos los soportes disponibles de manera adaptada a los diferentes públicos.

Como se puede advertir, la mayoría de estos criterios y herramientas serán convocados por el modelo propagandístico nazi —como veremos en el apartado siguiente—, especialmente las ideas de *reiteración* y de *simplificación* de los mensajes son dos ideas que obsesionaban a Hitler (Domenach, 1968: 65-66). Goebbels, en lo que a la “orquestación” se refiere, decía: “para un público diferente, siempre una matriz diferente” (Domenach, 1968: 65-66). Y en materia de diseño de los proyectos que

aborda con su método establece los consabidos procesos de análisis del problema, el estudio en profundidad del público, el establecimiento del plan de acción y, finalmente, su ejecución, en el cual se vale de todos los soportes habidos y por haber.

Por último, hemos de señalar que el personaje (y su modelo) comparte el honor con Lippmann de ser el autor de una de las primeras contribuciones a la inteligibilización de un fenómeno que por entonces había producido un fuerte impacto en políticos e intelectuales al ver cómo la propaganda jugaba un papel determinante en el origen, desarrollo y desenlace de la Primera Guerra Mundial (Huici, 2010: 29). Y, finalmente, no podemos terminar este acápite dedicado al “ingeniero del consentimiento” sin citar sus propias orwellianas—como diría Chomsky— palabras impresas en la contraportada de su libro *Propaganda* (1928), en donde explicita toda la matriz ideológica subyacente a su modelo, especialmente en lo que respecta a su restrictiva idea de democracia y su particular concepción de gobierno en la sombra, cuyo espíritu ha trascendido en cierta medida y aún permanece vigente:

La manipulación consciente e inteligente de los hábitos y opiniones organizados de las masas es un elemento de importancia en la sociedad democrática. Quienes manipulan este mecanismo oculto de la sociedad constituyen el gobierno invisible que detenta el verdadero poder que rige el destino de nuestro país. Quienes nos gobiernan, moldean nuestras mentes, definen nuestros gustos o nos sugieren nuestras ideas son en gran medida personas de las que nunca hemos oído hablar.

✓ HAROLD D. LASSWELL

A Harold D. Lasswell (1902-1978) no podemos dejar de mencionarlo, aunque solo sea de paso, especialmente en virtud de las dificultades de acceso a sus contenidos. Primeramente diremos que con su colega Bernays comparte las influencias de Dewey, Lippmann y Freud; también, como sus otros colegas, fue un sujeto hondamente inspirado en la experiencia del Comité Creel, experiencia al cabo de la cual empezó a dar vida a su influyente modelo conductista de la comunicación y la propaganda. Prueba de ello es que se doctora muy tempranamente a la edad de 24 años, hacia el año 1926, precisamente, con un trabajo que da cuenta de su paso por dicho Comité que versa sobre el manejo propagandístico empleado durante la Primera Guerra Mundial y que tan solo un año más tarde publicaría —como no podía ser otro— con el título de *Propaganda Technique in the World War I* (Nueva York, 1927), en donde dará a conocer la famosa

bullet theory o teoría de la aguja hipodérmica o bala mágica, de fuerte contenido conductista (behaviorista) funcionalista (Writht, 1986).

Específicamente, quisiéramos señalar que en lo ideológico fue, al igual que Bernays, un ferviente partidario de la misma noción de democracia que sostenían el Comité y todos sus más connotados integrantes. Al respecto, cabe citar:

Harold Lasswell, fundador del moderno sector de las comunicaciones y uno de los analistas políticos americanos más destacados, explicaba que no deberíamos sucumbir a ciertos dogmatismos democráticos que dicen que los hombres son los mejores jueces de sus intereses particulares. Porque no lo son. Somos nosotros, decía, los mejores jueces de los intereses y asuntos públicos, por lo que, precisamente a partir de la moralidad más común, somos nosotros los que tenemos que asegurarnos de que ellos no van a gozar de la oportunidad de actuar basándose en sus juicios erróneos. En lo que hoy conocemos como estado totalitario, o estado militar, lo anterior resulta fácil. Es cuestión simplemente de blandir una porra sobre las cabezas de los individuos, y, si se apartan del camino trazado, golpearles sin piedad. Pero si la sociedad ha acabado siendo más libre y democrática, se pierde aquella capacidad, por lo que hay que dirigir la atención a las técnicas de propaganda. La lógica es clara y sencilla: la propaganda es a la democracia lo que la cachiporra al Estado totalitario. Ello resulta acertado y conveniente dado que, de nuevo, los intereses públicos escapan a la capacidad de comprensión del rebaño desconcertado (Chomsky, 2002).

Se puede advertir fácilmente, luego de un breve repaso de algunos contenidos de Lasswell, que fue un hombre dotado de una enorme versatilidad, de hecho entre los años 1937 y 1941 fue el encargado de la edición de una revista mensual especializada en análisis de contenido de textos propagandísticos en el periodo de entreguerras; mientras poco más tarde, entre los años 1939 y 1945 se hizo cargo de la dirección de investigaciones sobre comunicación en tiempo de guerra en la Biblioteca del Congreso estadounidense, como también integró la Comisión Hutchins (1946), encargándose de estudiar la libertad de prensa en Estados Unidos y de desarrollar la doctrina sobre la responsabilidad social de la prensa⁵⁶. Pero, a diferencia de su ilustre colega Bernays, terminó consagrándose al estudio, la investigación y la docencia sobre la comunicación masiva y la propaganda, a raíz de lo cual se paseó en una larga y dilatada trayectoria por las más prestigiosas universidades y centros de investigación tanto a nivel estadounidense como europeo.

⁵⁶Disponible en Infoamérica: <http://www.infoamerica.org/teoria/lasswell1.htm> Consultado 3/10/2012.

En 1930 publica *Psychopathology and Politics*, cuyo merito está en la aplicación conceptual de la psicología clínica al estudio de los actores políticos, económicos y religiosos, con lo que se granjeó el ser considerado uno de los padres fundadores de la psicología política. Más adelante, se centra en la investigación aplicada en los campos de la propaganda política y la comunicación masiva, en donde centrará en definitiva gran parte de su abundante obra, compuesta por más de cuarenta libros. Una muestra de ello es que en 1935 publica *World Politics and Personal Insecurity* y *Propaganda and Promotional Activities*; en 1936, *Propaganda and Dictatorship*; en 1939, *Propaganda in the World War*, y en 1946 *Propaganda, Communication and Public Opinion*. Hacia el final de sus días, en 1976 publicó en tres volúmenes, junto a Daniel Lerner y Hans Speier, *Propaganda and Communication in World History*, por aludir tan solo a sus más importantes publicaciones. Respecto de su obra cabe reiterar que, mayoritariamente, si no está traducida al castellano es de muy difícil acceso, al menos en España.

No obstante, afortunadamente, su aporte al tema ha sido profusamente estudiado y es por ello que mediante alguna fuente secundaria, quisiéramos al menos mencionar el llamado “Paradigma de Lasswell”, formulado en 1948 y remitido a dos de sus principales preocupaciones investigativas: el análisis de la propaganda en el contexto de conflagraciones y tensiones mundiales, entre guerras, y los efectos de las mediaciones periodísticas en lo que respecta a la generación/formación de la opinión pública. Preocupaciones que, dicho sea de paso, también le hicieron merecedor de la atención por parte de la CIA, cuestión que, al igual que a Bernays, su colega del Comité Creel, no deja de otorgar, en definitiva, un cierto grado controversial y polémico a su enorme e importante labor (Infoamérica, 2013).

La gran contribución teórica de Lasswell viene dada por la delimitación que hace del campo conceptual y el trazado de los ejes definidores de la acción comunicativa. El conocido como *paradigma* o *fórmula de Lasswell*, a pesar de los años transcurridos –fue formulado en 1948– y de haber sido superado por visiones analíticas concordantes con un nuevo paisaje histórico y mediático, sigue conservando muchas de aquellas virtudes que permitieron el despegue de los estudios sistemáticos de la Comunicación en Norteamérica, a partir de los modelos sociológicos organicistas y funcionalistas. Los medios de comunicación se convierten en un elemento de equilibrio en la biología social, por lo que el conocimiento de las técnicas persuasivas y de información permitía desplegar con eficacia las funciones inductivas sobre los individuos, creando pautas de

conducta, actitudes y comportamientos (Writht, 1986). Entre las funciones de la comunicación, Lasswell destaca la de vigilancia y control del entorno, la transmisión de los valores de identidad de una cultura, la cohesión social, etcétera. Entiende la persuasión informativa y la propaganda no lejos de los ideales de Walter Lippmann (2003), como la inducción de aquellos valores que permiten a los gestores de una sociedad conducir a sus ciudadanos hacia los mejores objetivos de progreso y libertad.

Figura 6. Infograma de Laswell.



Fuente: Infoamérica.org.

Respecto a esta aportación de Lasswell cabría señalar que hacia 1940, otro novel investigador y conocidísimo de Bernays, Paul Lazarsfeld, tomando como referencia esta formulación elaboró un memorándum en que, planteando el estado de la cuestión en materia de comunicación persuasiva en torno de la pregunta formulada por este investigador –¿quién dice qué a quién por qué canal y con qué efecto?– señala como más decisivo y relevante el contenido de la última de las preguntas, relativa a los efectos de la comunicación en el sujeto y en la sociedad (Katz & Lazarsfeld, 1955).

2.1.3.3. EL MODELO PROPAGANDÍSTICO NAZI

Hoy me enorgullezco de haber descubierto los métodos que nos permitieron, no sólo tornar ineficaz la propaganda de nuestros adversarios, sino, además, apabullar con sus propias palabras a quienes la concibieron.

(Hitler, 1925:223-224)

Tal y como hemos señalado anteriormente con Noam Chomsky, en principio, podríamos afirmar que los nazis no hicieron más que adoptar y aplicar a gran escala las técnicas propagandísticas de los aliados, básicamente del estadounidense Comité Creel, y “de los socialistas y fascistas italianos” (Tchakhotine, 1986: 178). “Cogieron unas cuantas ideas sencillas, las reforzaron una vez y otra, e hicieron que parecieran atractivas –esta era la técnica publicitaria americana de los años 20 y fue el modelo que los nazis adoptaron de manera explícita...” (Chomsky, 1998). Al respecto cabe preguntarse, pero ¿fue solo eso?, y de ser así, ¿cuáles son esas ideas sencillas? En estricto rigor, estamos hablando de bastante más que algunas ideas sencillas y atractivas, repetidas una y otra vez hasta la saturación, se trata de la revitalización de un potente recetario vigente hasta nuestros días. Algo que “no es tan distinto de lo que hacía la Comisión Creel cuando transformó a una población pacífica en una masa histérica y delirante que quería matar a todos los alemanes para protegerse a sí misma de aquellos bárbaros que descuartizaban a los niños belgas. Quizás en la actualidad las técnicas son más sofisticadas, por la televisión y las grandes inversiones económicas, pero en el fondo viene a ser lo mismo de siempre” (Chomsky, 2002). Allí, precisamente, radica principalmente el interés por estudiar el modelo de propaganda Nazi.

Adolf Hitler demostró ser bastante más que un buen conocedor del tema propagandístico que, explícitamente, gracias a su especial interés por el curso de los acontecimientos políticos, siempre le interesó sobremanera (Hitler, 2003). Confiesa, en su testamento político, que aprendió muchísimo de la experiencia de la guerra, especialmente del hábil manejo manifestado al respecto por parte de los aliados. Pero, en concreto, ¿qué fue lo que Hitler aprendió? No cabe duda de que es muy importante saberlo ya todo parece indicar que en él radicó, si no la inspiración teórica, sí al menos

la autoría intelectual de gran parte del gigantesco despliegue propagandístico que más tarde le encargaría desarrollar a Joseph Goebbels, incluso desde antes de que el partido Nazi accediera al gobierno y luego en calidad de Ministro de Propaganda y Cultura Popular del Tercer Reich⁵⁷. Goebbels por entonces era un joven para nada ario (pues no era rubio, de ojos claros ni alto, sino que, muy por el contrario, era bajo y cojo. Padecía el llamado mal de “pie de equino”⁵⁸), doctor en filosofía y letras, provinciano, de familia católica y de extracción media, que padecía, además, de un fuerte trastorno narcisista de la personalidad (Longerich, 2012).

Durante la Gran Guerra empezó a observarse a qué enormes resultados podía conducir la acción de una propaganda bien llevada. Desgraciadamente todo tenía que ser aprendido del enemigo, pues la actividad por nuestra parte, en ese sentido, fue más que modesta. Justamente el fracaso total, en el plano de explicación al pueblo alemán, fue para mí un motivo más para ocuparme en particular de la cuestión de la propaganda (...) Lamentablemente, las lecciones prácticas nos las dio el enemigo y nos costaron muy caro. Aquello que nosotros habíamos descuidado lo supo explotar el adversario con increíble habilidad y con un sentido de cálculo verdaderamente genial. Para mi vida política fue una gran enseñanza la propaganda de guerra del enemigo (Hitler, 2003: 108).

Si nos hacemos cargo de responder directamente aquellas simples interrogantes fundamentales estaremos develando la clave del modelo propagandístico nazi y para ello hemos de ir directamente a *Mein Kampf*, cuya primera edición data de 1925. Se trata, como sabemos, de un conjunto apasionado y testimonial de reflexiones de 700 páginas, escritas en su breve estadía en la prisión de Landsberg luego de que fuera procesado y condenado, junto a otros miembros del Partido Nacional-Socialista Alemán de los Trabajadores (NSDAP), por la fallida intentona golpista del 8 y 9 de noviembre de 1923, que pasó a la historia con el nombre de *Putsch* de Múnich o el *Putsch* de la Cervecería. Una “exitosa” publicación que, junto con llegar a transformarse en una verdadera biblia para los nazis, hizo de paso a su autor multimillonario, gracias al enorme éxito de la ventas, sobre 10 millones de ejemplares vendidos. Un texto que desde el prisma filosófico, sociológico e incluso político no merecía el valor que, innegablemente, se le atribuye desde el punto de vista de la propaganda, pues en él

⁵⁷ Tanto es así que muchas de las decisiones, así como de las ideas atribuidas a este personaje ni siquiera fueron consultadas con él.

⁵⁸ Consiste en un deformación del pie humano en donde éste se encuentra permanentemente en una posición de flexión plantar -en aducción e inversión es decir el retropié en varo, lo cual significa que el hueso del tarso calcáneo permanece invertido por lo que el afectado al caminar se ve obligado a caminar apoyando la región anterior del pie (marcha de puntillas), con lo cual el talón no entra contacto con el suelo (Epeldegui, 1995: 53-64).

Hitler “expone los simples principios y las prácticas propagandísticas empleadas en su lucha” (Tchakhotine, 1986: 176).

Primeramente, de la lectura de este texto se puede inferir que Hitler se convenció profundamente de al menos dos ideas fundamentales: que los aliados habían ganado la Guerra del 14, principalmente, gracias al hábil manejo que habían hecho de la propaganda y que para salir triunfantes de otro eventual conflicto bélico, necesariamente, tendría que saber ganarle con total eficacia a sus enemigos la batalla de la llamada persuasión (Pratkanis y Aronson, 1994). Cabe señalar que, además, había llegado a la convicción de que las organizaciones marxistas y socialistas tenían un manejo magistral de la propaganda mientras que los partidos burgueses de entonces ni siquiera conocían las bondades de esta potente arma: “un arma, y un arma verdaderamente terrible en manos de quien sabe servirse de ella” (Hitler, 2003: 109).

Los elogios y el aprendizaje que supuso para Hitler el hábil manejo propagandístico que atribuye a los aliados no le impiden ser duramente crítico con ellos, principalmente, en lo que respecta a la asignación de eventual responsabilidad que le cupo a los alemanes en el estallido de la catástrofe. Les cuestiona, cual abogado del diablo, que no hayan sido capaces de imputarles única y exclusivamente todas las responsabilidades del estallido bélico a los germanos. A su juicio ello representa un despropósito solo atribuible a la ignorancia y una genuina muestra de debilidad por parte de los aliados, ya que –según él– la masa “es incapaz de distinguir dónde acaba la injusticia ajena y dónde comienza la suya propia. Ella, en un caso como éste, se vuelve indecisa y desconfiada, sobre todo cuando el adversario no comete la misma cretinez, sino, por el contrario, lanza todas las culpas sobre el enemigo” (Hitler, 2003: 112). Pero por otra parte, como muestra inequívoca de la admiración que les profesaba, les atribuía un verdadero virtuosismo en el conocimiento del alma de la masa del pueblo, para lo cual pone, precisamente, como ejemplo la creación y el empleo de los llamados “relatos de atrocidades” (*Atrocity Propaganda*), de los cuales señala lo siguiente:

Una prueba del admirable conocimiento de la emotividad primitiva de la gran masa la constituía su propaganda de las “atrocidades alemanas”, perfectamente adaptada a las circunstancias. Esta táctica sirvió para asegurar, en forma tan inescrupulosa como genial, las condiciones necesarias para el mantenimiento de la moral en el teatro de la guerra, aun en el caso de las mayores derrotas. Otra prueba de la propaganda inglesa en este orden, era la contundente sindicación que se hacía del enemigo alemán considerándolo como el único responsable del estallido de la guerra. Una mentira que sólo gracias a la parcialidad e impúdica persistencia con que era difundida, pudo

adaptarse al sentir apasionado y siempre extremista de las muchedumbres; por eso mereció crédito (Hitler, 2003:112).

Igualmente, de la lectura de otros pasajes de *Mein Kampf* destinados al tema de la propaganda se comprueba que Hitler le asigna un enorme valor a esta práctica para el logro de determinados propósitos, de donde se desprende que para él **la propaganda es un medio y debe ser considerada desde el punto de vista del objetivo al cual sirve**. Su forma, en consecuencia, tiene que estar condicionada de modo que apoye el objetivo perseguido. Es también claro que la importancia del objetivo que se tiene a la vista se puede presentar de diferentes maneras, teniéndose en cuenta el interés social. Por lo tanto, la propaganda puede variar en su valor intrínseco. “La finalidad por la cual habíamos luchado en la guerra fue la más sublime y magna de cuantas se puede imaginar para el hombre. Se trataba de la libertad y de la independencia de nuestro pueblo, se trataba de asegurar nuestra subsistencia en el porvenir, se trataba del honor de la Nación” (Hitler, 2003: 109).

Al mismo tiempo, señala que no se ha perder nunca de vista la **consecución del objetivo**, el que, no obstante ser susceptible de ser presentado de diferentes maneras, debe responder siempre a la figura del **interés social**: “El pueblo alemán luchó por el derecho a una humana existencia, y apoyar esa lucha debió haber sido el objetivo de nuestra propaganda de guerra” (Hitler, 2003: 109). Y, en el camino para la obtención de tan “noble” propósito –relativo al interés social– en la propaganda no habrá ni ética ni estética que valga (Hitler, 2003: 109). En relación a los destinatarios naturales de tales acciones se plantea como interrogante: ¿a quién debe estar dirigida la propaganda, a los intelectuales o la masa menos culta?, y se responde con que **la propaganda siempre debe estar dirigida a la masa** (a los intelectuales, señala, se les debe hablar de instrucción científica), dado que su misión es precisamente llamar la atención de la masa y no enseñar a los “cultos o a aquellos que procuran cultivar su espíritu; su acción debe estar cada vez más dirigida al sentimiento y sólo muy condicionalmente a la llamada razón”. Por lo que “toda acción de propaganda tiene que ser necesariamente popular y adaptar su nivel intelectual a la capacidad receptiva del más limitado de aquellos a los cuales está destinada” (Hitler, 2003: 110). Ello parece indicar que disentía –una diferencia no menor– del Comité Creel y sus próceres de la idea “de que la

persuasión tenía que empezar por la cima de la sociedad y de allí extenderse a las masas” (Pratkanis y Aronson, 1994: 344)⁵⁹.

Entendía, por lo demás, que el fin último de la *propaganda*, no siendo la educación científica, es “llamar la atención de la masa sobre determinados hechos, necesidades, etcétera, cuya importancia sólo de esta forma entra en el círculo visual de la masa. El arte está exclusivamente en hacer esto de una manera tan perfecta que provoque la convicción de la realidad de un hecho, de la necesidad de un procedimiento, y de la justicia de algo necesario” (Hitler, 2003: 110). Ello porque, a su juicio, la masa del pueblo es “por naturaleza y criterio, de índole tan femenina que su modo de pensar y obrar se subordina más a la sensibilidad anímica que a la reflexión. Esa sensibilidad no es complicada, por el contrario, es muy simple y rotunda. Para ella no existen muchas diferenciaciones, sino un extremo positivo y otro negativo: amor u odio, justicia o injusticia, verdad o mentira, pero jamás estados intermedios”⁶⁰ (Hitler, 2003: 112). De ahí que recomienda, también, que tanto las formas como el fondo (ideológico) y **las acciones de la propaganda han de ser muy simples y populares**, “su grado netamente intelectual deberá regularse tanto más hacia abajo, cuanto más grande sea el conjunto de la masa humana que ha de abarcarse” (Hitler, 2003: 110).

Cuanto más modesta sea su carga científica y cuanto más tenga en consideración el sentimiento de la masa, tanto mayor será su éxito. Esto, sin embargo, es la mejor prueba de lo acertado o erróneo de una propaganda, y no la satisfacción de las exigencias de algunos sabios o jóvenes estetas. El arte de la propaganda reside justamente en la comprensión de la mentalidad y de los sentimientos de la gran masa. Ella encuentra, por la forma psicológicamente adecuada, el camino para la atención y para el corazón del pueblo. Que nuestros sabios no comprendan esto, la causa reside en su pereza mental o en su orgullo. Comprendiéndose la necesidad de la conquista de la gran masa, por medio de la propaganda, se saca la siguiente conclusión: es errado querer dar a la propaganda la variedad, por ejemplo, de la enseñanza científica (Hitler, 2003: 110).

Hitler consideraba, además, que la propaganda debe **concretarse en muy pocos aspectos y explotarlos de manera simple y sencilla**, tanto como para que el último de

⁵⁹Una vieja idea que se remonta a la idea de persuasión que tenía Aristóteles en orden a que era necesaria para aleccionar a los que no alcanzaban a razonar cabalmente, de tal modo que la propaganda sería un medio para hacer partícipe de la verdad a los ignorantes (Pratkanis y Aronson, 1994: 345).

⁶⁰Un comentario que, al margen de la evidente connotación machista, nos da una clara pista porque toda la campaña del terror nazi estuvo dirigida fundamentalmente al segmento femenino de la población y a trabajar la idea de la familia perfecta, Hitler, el esposo y el padre, etcétera. No deja de llamar la atención que en esta historia de ida y vuelta de las influencias propagandísticas, la campaña que orquestó la CIA en Chile tuviera similares características. Como podemos advertir lo ocurrido allí contó con elementos de este sincretismo que hubo entre técnicas estadounidenses y las desarrolladas por los nazis.

los mortales pueda formarse una idea de los objetivos perseguidos, principalmente porque, al igual que Lippmann y Bernays, tenía una profunda desconfianza de las capacidades receptivas y cognitivas de la masa. De hecho señala que la masa necesitaba muchísimo tiempo y reiteración para entender las cosas que se le dicen por simples que sean⁶¹; por ello no dejó de machacar a la población alemana con un ideas **muy simples repetidas hasta alcanzar niveles de paroxismo pero presentadas como verdades absolutas**⁶² (Hitler, 2003: 113): Los judíos son los culpables de todos los males que aquejan a Alemania pero gracias a su orgulloso pasado la nación alemana y bajo la tutela de Hitler derrotaremos, unidos, la amenaza judía, idea contenida en uno de los dispositivos propagandísticos ampliamente difundidos, como fue el caso de la película *El Judío Errante* (1941)⁶³, como en otro material filmico de gran difusión, *El triunfo de la voluntad* (1935) (*Triumph des Willens*), dirigido por Leni Riefensthal⁶⁴. Y, todo ello, como vemos, centrado en la figura de una persona, Hitler, que era presentado como padre benefactor de la nación y como su jefe salvador: el *Führer*, un vocablo solo reservado para él (Pratkanis y Aronson, 1994: 343-344).

La capacidad receptiva de la gran masa es sumamente limitada y no menos pequeña su facultad de comprensión; en cambio, es enorme su falta de memoria. Teniendo en cuenta estos antecedentes, toda propaganda eficaz debe concretarse sólo a muy pocos puntos y saberlos explotar como apotegmas hasta que el último hijo del pueblo pueda formarse una idea de aquello que se persigue. En el momento en que la propaganda sacrifique ese principio o quiera hacerse múltiple, quedará debilitada su eficacia por la sencilla razón de que la masa no es capaz de retener ni asimilar todo lo que se le ofrece. Y con esto sufre detrimento el resultado, para acabar a la larga por ser completamente nulo (Hitler, 2003: 110).

Asimismo consideraba que una dirección propagandística para ser exitosa tiene que tener en cuenta un postulado fundamental a su juicio, que “tiene que **conformarse con poco**; sin embargo, ese poco tendrá que ser **repetido constantemente**” (Hitler, 2003:

⁶¹Igualmente, ello se corresponde con otra de las coincidencias, basadas en los supuestos y fundamentos ideológicos de los modelos nazi y el modelo propagandísticos estadounidense. El que más tarde, durante la posguerra aplicará EEUU en gran parte del planeta.

⁶²Uno de los rasgos más peligrosos y preocupantes de la propaganda nazi es, precisamente, la pretensión de la existencia de una “verdad absoluta” a la cual solo accede la elite gobernante. De donde deviene otra de las perversiones ideológicas que articularon los nazis: el “mito del dogma absoluto”, en virtud del cual, por ejemplo, el Partido Nazi encarnaba la verdad. Los costos que debió pagar la humanidad por ello fueron varios millones en vidas humanas, sufrimiento y destrucción nunca antes vista en la historia de la humanidad (Pratkanis y Aronson, 1994: 345-46).

⁶³Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=MnYe0VMO9BQ>. Consultado el 11/11/2013.

⁶⁴Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=GHS2coAzLJ8>. Consultado 11/11/2013. Película que fue premiada en el Exposición Internacional de París (1937) y en el Festival de Internacional de Venecia (1938); y que le valió a Hitler la nominación como el “personaje” del año por la revista estadounidense *Time* (1939).

112), pues “la persistencia, en este caso, es, como en muchos otros de este mundo, la primera y más importante condición para el éxito” (Hitler, 2003: 112). Al respecto, hay una cita memorable de Goebbels en este mismo sentido que no podemos dejar de convocar, en la cual describe así los principios propagandísticos de Hitler, extraídos de *Mein Kampf*:

Con una repetición suficiente y la comprensión psicológicamente de las personas implicadas, no sería imposible probar que de hecho un cuadrado es un círculo. Después de todo, ¿qué son un cuadrado y un círculo? Son meras palabras, y las palabras pueden moldearse hasta disfrazar las ideas (Thompson, 1977: 111 citado en Pratkanis y Aronson, 1994: 77)

Respecto de los contenidos y temas propagandísticos, Hitler plantea que “los temas de propaganda, precisamente, no pueden ser dirigidos por estetas, ni por *blasé*. Los primeros imprimen, por la forma y por la expresión, un sello a la propaganda que, dentro de poco, sólo tiene poder de atracción en los círculos literarios; los segundos, deben ser cuidadosamente evitados, pues su falta de sensibilidad hace que se busquen constantemente nuevos atractivos. Esas personas se cansan de todo con facilidad; lo que ellos desean es la variedad y son incapaces de una comprensión de las necesidades de sus conciudadanos todavía no contaminados por su pesimismo. Ellos son siempre los primeros críticos de la propaganda, o, mejor dicho, de su contenido, el cual les parece demasiado arcaico, etcétera. Sólo quieren novedades, sólo buscan variedad y se vuelven de esa forma enemigos mortales de una conquista eficiente de las masas, desde el punto de vista político” (Hitler, 2003: 113). Aparte de la reiteración, del tiempo de la simpleza y exposición del mensaje para que sea aprehendido por la masa, señalaba que **la propaganda debe ser uniforme, homogénea, para ser eficaz** “en el sentido de aquello que es el objeto de esa propaganda, sino que desde el principio hasta el fin debe significar siempre lo mismo. El motivo en cuestión puede ser considerado desde puntos de vista diferentes, mas es condición esencial que toda exposición entrañe en resumen, invariablemente, la misma fórmula. Sólo de esta suerte es posible hacer que la propaganda sea eficaz y uniforme” (Hitler, 2003: 113). Debe ser además “una acción perseverante y de una constante uniformidad en su aplicación” (Hitler, 2003: 113).

Durante toda la guerra se emplearon los principios fundamentales reconocidos correctos, así como las formas de ejecución, sin que se intentara nunca la más mínima modificación. Al principio, esa táctica parecía descabellada en el atrevimiento de sus afirmaciones. Se volvió más tarde desagradable, y al final creída.

Y es así como al cabo de cuatro años y medio estalló en Alemania una revolución, cuyo lema provenía de la propaganda de guerra enemiga (Hitler, 2003: 113).

Por otro lado, tenemos que otro elemento del cual los nazis se hicieron maestros es de los *factoides*, un concepto acuñado por el fallecido escritor estadounidense Norman Mailer, que se define como “hechos que carecen de existencia antes de aparecer en una revista o periódico” (Mailer, 1973:18 en Pratkanis y Aronson, 1994: 106). O sea, que alude en concreto a lo que vulgarmente conocemos como *bulo*. “Adolf Hitler y su ministro de propaganda Joseph Goebbels dominaron el arte de lo que se ha denominado ‘la gran mentira’. Para ellos una manera eficaz de persuadir a las masas es inventar y repetir falsedades al estilo de: ‘El pueblo alemán es una raza superior’ o ‘Europa está amenazada por la conspiración judeo-comunista’” (Pratkanis y Aronson, 1994: 108). Imposible no hacer el parangón con el gobierno de Bush y la invasión de Iraq, y lo de las supuestas armas de destrucción masiva y las conexiones del régimen iraquí con Al Qaeda.

Se trata, en definitiva, de grandes mentiras difícilmente desmentibles, pues la técnica de su composición implica que esté avalada por pequeños e irrelevantes detalles. Por ejemplo, a propósito del mito nazi de la conspiración judía comunista sobre Europa se puede alegar que Karl Marx fuera judío, como también de que efectivamente los judíos jugaron un rol relevante en el desarrollo del movimiento revolucionario ruso (Felbel, 2001) y que fueron judíos o filo judíos algunos de los padres de la Revolución Rusa⁶⁵. Muestra de ello es que Trotski era en verdad Lev Davidovich Bronstein, o el mismo Lenin, Vladímir Ilich Iliánov, en verdad, tenía ascendencia judía por parte de su madre, que es por lo demás por donde principalmente se hereda dicha filiación. Para no hablar de los grandes estrategas aliados, responsables de sus grandes éxitos propagandísticos, léase los Lippmann y los Bernays, algo que los nazis, también, conocían de sobra.

Por último, tenemos que uno de los aspectos administrativos más importantes del modelo propagandístico nazi gestionado por Goebbels fue, como era de suponer, el hacerse cargo rápidamente del control de los medios de comunicación, que implicó ejercer un fuerte control sobre periodistas y cineastas. Ello, fundamentalmente, porque le otorgaron a la propaganda, además, un especial carácter de espectáculo al dotarla de

⁶⁵ Es abundante la literatura francesa e inglesa respecto de la teoría conspirativa, a la cual adhieren en su momento no pocos intelectuales y políticos europeos (en donde aparece el propio Wiston Churchill), que atribuyen al movimiento judío internacional (ateo) un papel relevante en la creación del bolchevismo y en la revolución rusa.

un fuerte componente de entrenamiento. Para lo cual se valieron de toda clase de dispositivos y soportes tales como el uso de la radio, principalmente por el énfasis discursivo y la oralidad impuestas a los mensajes, en donde los noticieros tenían un aire festivo y familiar a cargo de artistas famosos del momento, por lo que se obligaba a las familias portadoras de aparatos receptores a escucharlos con volumen a tope y las ventanas de las casas abiertas para que llegaran a los transeúntes y vecinos (Tchakhotine, 1986: 179). Dado que la propaganda, si bien machaba con sus mensajes a segmentos prioritarios de la población, como hizo, pese al antifeminismo, con las mujeres, los jóvenes y hasta los niños, tenía como fin llegar a la totalidad de la población, vía algunos mitos fundamentales y el miedo (Tchakhotine, 1986: 183).

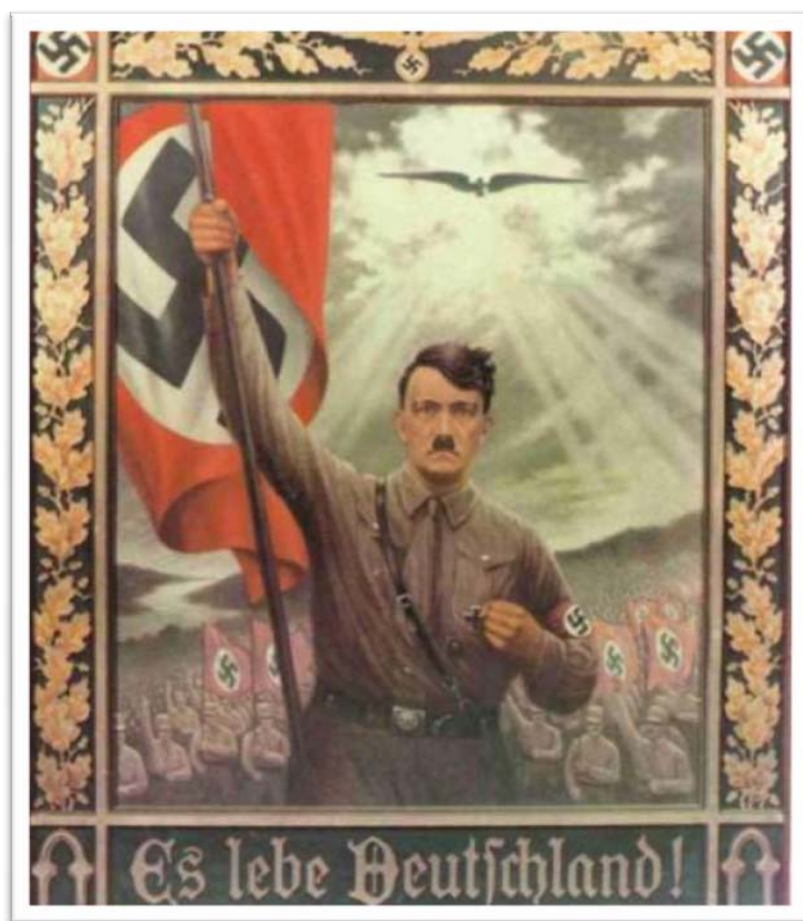
Otro tanto hicieron con el cine (documental histórico), en donde brilló especialmente la gran realizadora del nazismo, Leni Riefenstahl⁶⁶, quien entre otros importantísimos trabajos, como el film *Triumph des Willens*, 1935 (*El triunfo de la voluntad*), fue la encargada de hacer de las Olimpiadas del 36 un magno espectáculo. También se valieron del dispositivo estrella del momento: el *affiche* (cartel), que desarrollaron con tal maestría que aún hoy dictan pauta sus formatos. “Se valían de un grafismo visualmente sugerente, como los grandes caracteres en negrita y los trozos rectilíneos vigorosos, casi violentos a la para que de unos titulares llamativos” (Pratkanis y Aronson, 1994: 340). Como también del conocido estilo pictórico de Durero con la intención de dotar de *pedigree* histórico al régimen.

Pero sin lugar a dudas que el dispositivo propagandístico más importante para los nazis fue el discurso, “bien en mítines o bien en emisiones radiofónicas. Se convirtió en el arma más poderosa y decisiva de la propaganda nazi. Hitler podía hablar en una ciudad u otra, a una población de escépticos o convencidos; su discurso siempre obtenía más o menos los mismos resultados positivos. En todos los lugares captaba con precisión el estado de ánimo de las masas. La importancia de la oratoria de Hitler y el estado de sugestión en que sumía a la población fue clave en su ascenso y mantenimiento en el poder” (Rodero, 2000). J. Goebbels, además, fue un verdadero maestro, al margen de la articulación de insinuaciones y chismes, en la creación de

⁶⁶Fue la realizadora de los films míticos del nazismo alemán. Una de cuyas realizaciones fue rodada en el Congreso Nazi de 1934 en Núremberg, “El Triunfo de la voluntad” y mundialmente aclamada y premiada en París y en Venecia (History Channel, 2012).

conceptos, eslóganes de fácil captación⁶⁷ y dotados de términos muy llamativos (“Adolf Hitler es la Victoria” o “Únete a nuestra lucha”, etcétera). Sin ir más lejos el vocablo *Führer* (jefe/líder/guía), que lo instaló solo y únicamente en relación a Hitler, cumplió con creces el propósito de grabar “una imagen en la mente sobre la realidad mundial: los rusos y británicos se han confabulado para acabar con nosotros; por fortuna, hay un gran malestar en Inglaterra y nosotros tenemos a nuestro jefe” (Pratkanis y Aronson, 1994: 341).

Figura 7. Cartel que Hitler empleó en las elecciones parlamentarias de 1933, con la consigna “Larga vida a Alemania”.



Fuente:<http://www.cartelandia.com>.

⁶⁷Tal y como señala Chomsky en su artículo *Media Control* (2002) la importancia de este “hallazgo” es que se trataba de eslóganes vacíos e incuestionables, carentes de significado, que operaban como cortina de humo para distraer la atención de las personas respecto de las cosas importantes, o sea de mantenerla la gente unida en este tipo de tácticas: “Estamos todos juntos, en torno a eslóganes vacíos, tomemos parte en ellos y asegurémonos de que no habrá gente mala a nuestro alrededor que destruya nuestra paz social con sus discursos acerca de la lucha de clases, los derechos civiles y todo este tipo de cosas. Todo es muy eficaz y hasta hoy ha funcionado perfectamente. Desde luego consiste en algo razonado y elaborado con sumo cuidado: la gente que se dedica a las relaciones públicas no está ahí para divertirse; está haciendo un trabajo, es decir, intentando inculcar los valores correctos.

Los nazis también fueron maestros en el uso de los símbolos (banderas suásticas rojas con el círculo blanco y la estrella negra al centro, el águila soberana alemana, etcétera), los monumentos y la arquitectura⁶⁸(helenismo nórdico). También en la creación de grupos, de jóvenes (juventud hitleriana), las SA o los “camisas marrones”, etc., dotados de estrambóticos uniformes obra de un joven diseñador de Stuttgart y militante nazi, Hugo Boss (quien también diseñó el uniforme de las temidas SS) y confección del modisto de la Ópera de Berlín (Hernández, 2009). Al principio un sector de la sociedad alemana, como es lógico, ridiculizó el empleo de uniformes por parte de los grupos de (para) militares nazi, una reacción que contraproducentemente incentivó especialmente el compromiso joven con la causa Nazi (Pratkanis y Aronson, 1994: 342).

Figura 8. Anuncio de periódico de venta de uniformes nazis en la tienda de Hugo Boss.



Fuente: (History Channel, 2012).

⁶⁸Al respecto cabe remitirse a la faraónica maqueta de la ciudad de Germania que había proyectado para el futuro de Berlín el arquitecto y ministro de urbanismo del nazismo, Albert Speer.

A modo de epílogo para esta parte, diremos que el modelo propagandístico articulado por Hitler empíricamente gracias a la hábil observación participante, como soldado, que hizo de las experiencias vividas en la Gran Guerra, plasmadas en *Mein Kampf* y refrendadas por Goebbels en su famosos Diarios, fueron más tarde sistematizadas por Paul Quentin (1943) y difundidas por J.M. Domenach, unos años más tarde en *La propagande politique* (1950) (Rodero, 2000). Se trata de un conjunto de nueve principios que nos parece acertado reproducir a continuación:

En primer lugar, tenemos la *simplicidad*, en virtud de la cual el mensaje debe ser sencillo, breve y claro, con lo que es recomendable echar mano a los *slogans* y a los “gritos de guerra”. En segundo término, la “ley de la espoleta”, que se trata de la articulación de un mensaje dotado de un fuerte contenido emocional y dirigido principalmente a la parte más vulnerable del sujeto, hablamos por ejemplo de las fobias y los prejuicios. En tercer lugar, tenemos que la propaganda es la “ley de la empatía”, o sea se trata de no combatir con opiniones ni los argumentos lógicos con argumentos; opiniones y argumentos debe ser combatidos con provocaciones dirigidas directamente a la emoción, que la argumentaban en síntesis con el cuarto principio. En virtud del cual, dado que la intuición es más poderosa que la razón la síntesis ha de ser más importante que el análisis. En quinto lugar aparece la ley que evidencia que la más eficaz mentira es una verdad a medias. En sexto lugar, la “ley de la repetición”, en donde, como es obvio, se trata de la reiteración extrema del mensaje pero bajo formas y dispositivos siempre cambiantes. La séptima ley es la de la *saturación* y el desgaste, que se desprende de la anterior. El octavo principio sería la ley de la “dosificación”, que debe entenderse a partir de mantener una imagen y presencia constante en los medios. Por último, la ley de la “orquestración”, que se desprende directamente de las dos anteriores y básicamente apunta a romper con la monotonía del mensaje. A este conjunto de principios que aplicaron los nazis con gran maestría y un amplio despliegue de recursos⁶⁹ habría que añadirle, como es lógico, una serie de técnicas que aplicaron con igual destreza y genialidad, a saber: el empleo de los estereotipos en sustitución de nombres por otros con connotaciones emocionales; la técnica de la selección, en donde el propagandista selecciona determinados hechos de acuerdo a sus fines establecidos; otra es la repetición, que se puso de manifiesto en el frecuente empleo de eslóganes

⁶⁹Se señala que más de un tercio del esfuerzo bélico y propagandístico del régimen nazi fue financiado con el dinero confiscado a los judíos (History Channel, 2012).

como forma de retención del mensaje: "*Ein Volk, ein Reich, ein Führer*" ("un pueblo, un imperio, un guía"), por mencionar las principales herramientas empleadas por estos.

Finalmente, nos parece útil para terminar de entender el modelo propagandístico nazi traer a colación la sistematización que desarrolla en 19 puntos Leonard Dobb en *Goebbels' Principles of Propaganda* (1950)⁷⁰ de los "principios propagandísticos" de Joseph Goebbels extraídos de su diario. Un curioso manuscrito de más de 6.800 gruesas páginas mecanografiadas a triple espacio y tipografía gótica recuperado por las autoridades estadounidenses en 1945 tras la caída de Berlín en manos de las tropas aliadas, cuya versión original se encuentra en el Hoover Institute and Library on War, Peace and Revolution de la Universidad de Stanford:

- Los propagandistas deben tener acceso a la información referente a los acontecimientos y a la opinión pública.
- La propaganda debe ser planeada y ejecutada por una sola autoridad (siguiendo la teoría nazi de la centralización autoritaria). Lo cual involucra las tareas relativas a la emisión, su explicación a altos funcionarios y la supervisión de las directrices propagandísticas.
- Las consecuencias propagandísticas de una acción deben ser consideradas al planificar esta acción.
- La propaganda debe afectar a la política y a la acción del enemigo. Fundamentalmente de cuatro maneras, a saber: a) suprimiendo el material propagandístico capaz de utilidad para el enemigo, b) difundiendo abiertamente propaganda de contenido que induzca al enemigo a sacar conclusiones deseadas, c) incitando al enemigo a revelar informaciones propias de carácter vital y d) absteniéndose de toda referencia a una actividad que perjudique al enemigo cuando ella pudiera desacreditar tal actividad.
- Debe haber una información no clasificada y operacional a punto para complementar una campaña propagandística.

⁷⁰Entre el 10 de abril y el 28 de abril de 1945 Joseph Goebbels escribió sus últimas palabras; "expreso mi resolución irrevocable de no abandonar la capital del Reich aunque caiga, y de terminar antes junto al Führer una vida que para mí personalmente ya no posee ningún valor si no puedo ponerla al servicio del Führer y a su lado" (Diario de 1945, 2007).

- Para ser percibida, la propaganda debe suscitar el interés de la audiencia y debe ser transmitida a través de un medio de comunicación que llame poderosamente la atención.
- Sólo la credibilidad debe determinar si los materiales de la propaganda han de ser ciertos o falsos.
- El propósito, el contenido y la efectividad de la propaganda enemiga, la fuerza y los efectos de una refutación, y la naturaleza de las actuales campañas propagandísticas determinan si la propaganda enemiga debe ser ignorada o refutada.
- Credibilidad, inteligencia y los posibles efectos de la comunicación determinan si los materiales propagandísticos deben ser censurados.
- El material de la propaganda enemiga puede ser utilizado en operaciones cuando ayude a disminuir el prestigio de ese enemigo, o preste apoyo al propio objetivo del propagandista.
- La propaganda negra debe ser empleada con preferencia a la blanca cuando esta última sea menos creíble o produzca efectos indeseables.
- La propaganda puede ser facilitada por líderes prestigiosos.
- La propaganda debe estar cuidadosamente sincronizada. Para lo cual actuaban tres principios: a) La comunicación debe llegar a la audiencia antes que la propaganda competidora. b) Una campaña propagandística debe comenzar en el momento óptimo. c) Un tema propagandístico debe ser repetido, pero no más allá del punto en que disminuya su efectividad.
- La propaganda debe etiquetar los acontecimientos y las personas con frases o consignas distintas. Para lo cual debe poseer las siguientes características: a) Deben suscitar las respuestas deseadas que la audiencia posee previamente; b) ser aprendidas con facilidad. c) Deben ser utilizadas una y otra vez, pero sólo en las situaciones apropiadas. d) Deben ser a prueba de efectos *bumerang*.
- La propaganda dirigida a la retaguardia debe evitar el suscitar falsas esperanzas que puedan quedar frustradas por los acontecimientos futuros.

- La propaganda en la retaguardia debe crear un nivel óptimo de ansiedad. Reducida a dos principios: a) La propaganda debe reforzar la ansiedad con respecto a las consecuencias de la derrota. b) La propaganda debe disminuir la ansiedad (excepto la referente a las consecuencias de la derrota) que sea excesiva y que no pueda ser reducida por la propia gente.
- La propaganda dirigida a la retaguardia debe disminuir el impacto de la frustración, según dos principios: a) Las frustraciones inevitables deben ser previstas. b) Las frustraciones inevitables deben ser planteadas en perspectiva.
- La propaganda debe facilitar el desplazamiento de la agresión, especificando los objetivos para el odio (los objetivos favoritos del odio eran los “bolcheviques” y los judíos).
- La propaganda no debe perseguir respuestas inmediatas; más bien debe ofrecer alguna forma de acción o de diversión, o ambas cosas.

Diremos, para concluir esta parte, que las aportaciones de Hitler y Goebbels a la propaganda moderna han sido calificadas por casi todos los especialistas, sencillamente, de enormes. Aunque como hemos podido advertir su mérito no radica exclusivamente en su originalidad, pues se podría afirmar que prácticamente no inventaron nada nuevo. No obstante, “tuvieron el mérito de decodificar cierto recetario poco difundido, adecuarlo y transformarlo al punto de verdaderamente perfeccionarlo magistralmente y desplegarlo a gran escala” (Tchakhotine, 1986: 178). Y, más aún, habría que agregar que “una gran parte de la técnica y de los procedimientos que fueron innovaciones del nazismo en materia de propaganda, subsisten al margen del clima de delirio y de odio en que prosperaron, y nada puede impedir que pertenezcan desde entonces al arsenal de la propaganda política” (Domenach, 1968: 14).

Asimismo, existe consenso entre los diferentes estudiosos en que el modelo de propaganda nazi tampoco se puede reducir exclusivamente –como insinúan algunos– a un uso masivo y a una acción sistemática/mecánica de aplicación de diversos métodos y técnicas. Se trató, además, de la adecuación propagandística a toda una estrategia política sobre la que se sustentó un régimen completo, que sumió al pueblo alemán en un mundo casi imaginario controlado hasta en los más mínimos detalles por el *Führer* (Rodero, 2000). Ya sabemos que, al margen de los méritos señalados, los prejuicios y el

sentimiento estaban por diversas y complejas razones histórico-antropológicas instalados desde hacía tiempo en un predispuesto imaginario alemán, es por ello que cobra especial sentido lo señalado por el dictador italiano Benito Mussolini: “El hombre moderno está asombrosamente dispuesto a creer” (Domenach, 1968).

La propaganda de Hitler, la propaganda que trastornó el mundo y que era la piedra angular de su acción y de su éxito, está caracterizada principalmente por tres elementos: renuncia a las consideraciones morales, apelación a la emotividad de las masas para la utilización de la “primera” pulsión (combativa), como base, y empleo de reglas racionales para la formación de reflejos condicionados conformistas en las masas. Por último, como decía Domenach, es “innegable que un cierto número de mitos hitlerianos correspondían o bien a una constante del alma germánica, o bien a una situación creada por la derrota, el paro y una crisis financiera sin precedentes” (Tchakhotine, 1986: 187).

2.1.4. LA PROPAGANDA: HACIA UNA DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Quisiéramos comenzar esta parte haciendo una breve reflexión en torno de las definiciones, por lo que en primer lugar diremos que suelen convertirse en fetiche. Las hay *nominales*, aquellas que no resultan demasiado extrañas y que facilitan, especialmente, un discurso significativo; *culturales*, que en nuestra sociedad contemporánea tienden bastante a la ambigüedad; y también las hay, finalmente, *operacionales*, que intentando ser más elaboradas, claras y rigurosas, dejan poco o casi ningún margen, precisamente, a la ambigüedad. Aunque también sabemos “que los sujetos ordinarios de la investigación tienen la capacidad suficiente para subvertir tales concepciones y convertirlas en inútiles” (Matza, 1981: 22).

Una vez llegados a este punto del trayecto nos parece que es el momento de abordar, en concreto, mediante un método empírico descriptivo el tema conceptual de la propaganda; aunque ya tenemos, a partir de los contenidos antes descriptos, una idea más o menos clara respecto de qué es (e implica) la *propaganda*, más allá, claro está, de los dictámenes del sentido común, como lo plantea la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann, 2008: 35). Por lo que echaremos mano a una serie más o menos exhaustiva de definiciones del concepto en cuestión, de diferentes autores que hemos recopilado a través de las variadas fuentes consultadas, que van desde las más

“tolerantes” e incluso entusiastas, hasta otras que enfatizan los aspectos más perversos, incluso tenebrosos, que relacionan con propaganda derechamente la mentira, la manipulación o el “lavado de cerebros”; o bien, por el contrario, otras definiciones en las que la propaganda “aparece como algo menos que el lubricante básico que hace funcionar los engranajes de la democracia” (Huici, 2010: 25). Y luego, mediante cierto procedimiento analítico, intentaremos arribar a un concepto operacional que nos sea enteramente útil a la presente investigación. Finalmente, hemos procedido a tabular todas las definiciones recopiladas, a las que se les hemos aplicado un filtro y luego han sido codificados los elementos constitutivos (del concepto) surgidos con este procedimiento, a partir de los cuales procederemos a estructurar, definitivamente, el concepto operacional de propaganda que manejaremos durante el transcurso de esta investigación.

2.1.5. POOL DE DEFINICIONES Y BREVE DISCUSIÓN CONCEPTUAL

Como para entrar en materia y a modo de preámbulo señalamos que existen algunas otras pistas interesantes de ser convocadas a la hora de enfrentar la tarea de definir conceptualmente *propaganda*. En este sentido, resulta necesario reiterar una de las aportaciones efectuadas por Jean-Marie Domenach, formuladas prácticamente al poco tiempo de acaba la Segunda Guerra Mundial en su trabajo pionero, *La propaganda política* (1950): “La propaganda es polimorfa y cuenta con recursos casi ilimitados” (Domenach, 1968: 45). Este autor, habiendo sido testigo del desarrollo de los totalitarismos y de la Segunda Guerra Mundial, plantea que sin la propaganda serían virtualmente incomprensibles las grandes conmociones de nuestra época, la revolución comunista y el fascismo, pues señala que en gran parte gracias a ella Lenin pudo establecer el bolchevismo y, esencialmente, Hitler le debió a ella su victoria, desde la toma del poder hasta la invasión del continente europeo. Por lo que ambos personajes, para Domenach, antes que políticos y jefes de estado, son unos verdaderos genios de la propaganda.

Por otro lado, señala que la propaganda puede compararse con la publicidad, en tanto que busca influir en nuestras conductas y opiniones y en tanto que utiliza medios

similares, distinguiéndose de ella porque su objetivo no es comercial sino político, y porque “la propaganda sugiere o impone creencias o reflejos que a menudo modifican el comportamiento, el psiquismo y aún las convicciones religiosas o filosóficas. La propaganda, por consiguiente, influye en la actitud fundamental del ser humano. En ese sentido puede comparársela con la educación, pero las técnicas que emplea habitualmente y, sobre todo, su designio de convencer y subyugar en lugar de formar, la hacen su antítesis” (Domenach, 1968: 5).

Entrando en materia, diremos que este autor aporta una interesante definición también en la introducción de su citado libro: “la propaganda es el lenguaje destinado a la masa. Emplea palabras u otros símbolos a los cuales sirven como vehículo la radio, la prensa y la cinematografía. La finalidad del propagandista es ejercer influencia en la actitud de las masas en puntos que están sometidos a la propaganda y que son objeto de opinión” (Domenach, 1968: 5).

Por su parte, el propio Pizarroso se encarga de traernos a colación otra pista interesantísima, cuando señala que la propaganda “no debería referirse solo a lo que es manifiestamente tal, sino a todo el complejo sistema de comunicación humana en una sociedad donde cada mensaje (escrito, hablado, simbólico, etc.) puede jugar una función propagandística independientemente, algunas veces, de que al ser producido hubiera o no una intencionalidad definida en ese sentido (...). La historia del pensamiento político, la historia de la filosofía, de la literatura, del arte, etc., nos ofrece valiosos ejemplos de propaganda política a lo largo del tiempo” (Pizarroso, 1990: 25).

En segundo término, nos parece apropiado, como para ir abriendo puertas hacia el núcleo del concepto en cuestión, apelar al Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (el DRAE) y atender las recomendaciones al respecto de otros estudiosos del tema, como es el caso del mismo Pizarroso o María Victoria Reyzábal. La RAE señala en primer término que *propaganda* proviene del latín “*propaganda*, que ha de ser propagada”, y en su principal acepción señala que propaganda es: “Acción o efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores”. Al igual que en otros antiguos diccionarios, como el diccionario de Funk y Wagnalls o el *Standard Dictionary* (Bernays, 2008), en lo que respecta a otra acepción hace alusión a la “Congregación de cardenales denominada De propaganda fide, para difundir la religión

católica”; mientras en la cuarta y última de las acepciones del término señala que corresponde a una “Asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etcétera”.

Un rápido análisis de esta definición, bastante restringida por cierto, pero suficientemente útil como para hacer las aportaciones pertinentes y necesarias en la configuración del concepto ideal del término, nos indica que la primera acepción, junto con no establecer distinción alguna, explícita, entre propaganda política y publicidad comercial, como señala María Victoria Reyzábal, expresa un espacio abierto y ambiguo en donde establece el concepto (y cabe cuestionar la inclusión de la categoría, desvirtuando con ello la intencionalidad prioritariamente ideológica de la propaganda) “compradores” entre el conjunto de destinatarios del tipo de mensaje propagandístico (Reyzábal, 2002). Crítica a partir de la cual la autora incorpora de inmediato uno de los elementos que *a priori* advertimos como neurálgicos a la hora de configurar el concepto de propaganda: la **ideología**.

Pizarroso, sobre aquella definición de propaganda proporcionada por la RAE, señala en primer término que no queda suficientemente claro a qué corresponde la “cosa” a que se refiere. Y, coincidiendo con Reyzábal, señala que si de atraer compradores se trata estaríamos hablando de un fenómeno que más específicamente debiéramos llamar *publicidad*. Por lo que para él, *propaganda*, “en su definición más neutral e inmediata, consistiría en el proceso comunicativo que disemina, difunde, da a conocer, promociona ideas” (Pizarroso, 1990: 26). Ahora, siguiendo con este autor, tenemos que “si este proceso de comunicación es de carácter informativo, su objeto sería promover el entendimiento mutuo entre emisor y receptor: transmitir datos, compartir ideas, explicar, instruir, etcétera. Frente a ello se hace necesario definir otro proceso comunicativo: la **persuasión**. Persuasión no es otra cosa que el proceso comunicativo cuya clave está en la respuesta del receptor, es decir, aquel que pretende promover una dependencia interactiva entre emisor y receptor mediante la formación, reforzamiento o modificación de la respuesta del receptor. Es, pues, un proceso comunicativo cuya finalidad u objetivo es la influencia. Un mensaje persuasivo se conforma según una conducta deseada por el emisor para que sea adoptada voluntariamente por el receptor” (Pizarroso, 1990: 26-27).

Pizarroso incorpora, además, otro elemento que a su juicio caracteriza a la propaganda: su condición de producto social y, como consecuencia de ello, vinculado

estrechamente a la noción de Estado: la propaganda no existe sino en un medio social complejo y es inherente a la organización estatal. Estado y propaganda son inseparables. La *propaganda* sería, en definitiva, propaganda política, civil, estatal o contrapropaganda (Pizarroso, 1990: 27). Asimismo, este autor se encarga de convocar algunas definiciones canónicas, entre las cuales nos interesa citar acá la de Violet Edwards, la de Lasswell y la de Doob. La primera señala que “propaganda es la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados” (Edwards, 1938: 40). Por su parte, Lasswell la define como la “dirección de actitudes colectivas por la manipulación de los símbolos significantes” (Lasswell & Blumsenstock, 1939: 9). También para él “la propaganda se vincula con la dirección de las opiniones y las actividades a través de la manipulación directa de la sugestión social” (Lasswell, 1971: 19). Mientras que para el psicólogo estadounidense y estudioso de la propaganda, el Dr. Leonard Doob, *propaganda* “es el intento de afectar a la personalidad y controlar la conducta del individuo hacia un fin considerado poco científico o de dudoso valor en la sociedad en un momento determinado” (Doob, 1948: 240).

Para despachar los aportes de Pizarroso en esta parte sería pertinente traer a colación un par más de sus aportes. El catedrático catalán Miquel de Moragas i Spà señala que “el concepto de propaganda política puede reservarse para las acciones organizadas de persuasión que aparecen con el advenimiento de la sociedad industrial y la comunicación de masas, sobre todo con la aparición de la radio” (Moragas, 1985: 11, en Pizarroso, 1990: 39). Y una variante interesante para nuestro objeto de estudio, la *Psychological Warfare* (“guerra psicológica”) que él llama “propaganda de guerra” (una definición atribuida a Daugherty, cofundador de O'Reilly & Associates, una importante editorial dedicada a libros de tecnología e informática y a quien se le atribuye además la creación del concepto Web 2.0 (O'Reilly Media, 2014)), y que define como “el uso planificado de propaganda y otras acciones orientadas a generar opiniones, emociones, actitudes y comportamientos en grupos extranjeros, enemigos, neutrales y amigos, de tal modo que apoyen el cumplimiento de fines y objetivos nacionales” (Pizarroso, 1990: 34).

Mientras que otro grupo de autores clásicos (Tchakhotine, Albigh, J.A.C. Brown, por citar algunos), entre los cuales Frederic Bartlett ocupa un lugar estelar, señala que “la

propaganda es un intento de influenciar la opinión y la conducta de la sociedad de tal forma que las personas adopten una opinión y una conducta determinadas” (Bartlett, 2001).

Por su parte Kimball Young señala que “la propaganda es el uso sistemático más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares, con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas, valores y, en última instancia, cambiar acciones públicas con arreglo a unas líneas predeterminadas. Se mueve en una estructura determinada sin la cual no pueden comprenderse sus aspectos psicológicos y culturales” (Brown, 1991: 19 en Rodero, 2001). Asimismo, otro par de colegas suyos, los psicólogos sociales Pratkanis y Aronson, definen propaganda de una forma un tanto más objetiva, aunque sin dejar de trasuntar una visión cuanto menos cuestionadora del fenómeno. Dicen estos autores que “la propaganda es la comunicación de un punto de vista con la finalidad última de que el destinatario de la llamada llegue a aceptar ‘voluntariamente’ esta posición como si fuese la suya” (Pratkanis y Aronson, 1994: 28-29). Estos autores también invocan, a propósito del excelente tratamiento que hacen del tema de la persuasión y la educación en relación a la propaganda, la definición que da sobre ésta *The American Heritage Dictionary of the English Language*, señalando simplemente que se refiere a “la divulgación sistemática de una doctrina dada” (Pratkanis y Aronson, 1994:292).

Otro de los autores canónicos que nos interesa citar por razones obvias, Bernays, define propaganda como sigue: “La propaganda moderna es el intento consecuente y duradero de crear o dar forma a los acontecimientos con el objetivo de influir sobre las relaciones del público con una empresa, idea o grupo” (Bernays, 2008: 33). “La práctica de crear circunstancias e imágenes en la mente de millones de personas es muy común. Hoy en día, prácticamente no se lleva a cabo ninguna empresa de importancia sin su concurso...” (Bernays, 2008: 33-34). “La propaganda nos rodea por los cuatro costados y no cabe duda de que altera las imágenes mentales que nos formamos del mundo” (Bernays, 2008: 36).

La importancia que tiene esta definición, a nuestro juicio, está en el reconocimiento explícito de que la propaganda puede crear acontecimientos que, en teoría, no existen en la realidad. Por último, también, señala que

La propaganda es una forma de actividad humana perfectamente legítima. Cualquier sociedad, ya sea social, religiosa o política, que esté animada por ciertas creencias y las exponga a fin de darlas a conocer, sea de viva voz o por escrito, practica la propaganda. La verdad es poderosa y deberá imponerse, y si cualquier grupo de gentes cree haber descubierto una verdad valiosa, además del privilegio, tendrá el deber de diseminar esa verdad. Sin duda ese grupo deberá advertir enseguida que la divulgación de la verdad sólo puede llevarse a cabo a gran escala y efectivamente a través de una campaña organizada, de modo que se servirán de la imprenta y el estrado como los mejores medios de darle una amplia circulación. La propaganda deviene perjudicial y reprehensible sólo cuando sus autores saben consciente y deliberadamente que diseminan mentiras, o cuando se proponen objetivos que saben perjudiciales para el bien común (Bernays, 2008: 31).

Otro influyente coetáneo de Lasswell y Bernays que hace una interesante reflexión en este tema es el Walter Lippmann. Al respecto, Chomsky y Herman en el prólogo de *Guardianes de la Libertad* (2005) develan la idea de propaganda que posee este influyente periodista y diplomático estadounidense, destacando, primeramente, que para él la idea de *propaganda* es especialmente útil para definir aquello que muy tempranamente denominó la “fabricación del consenso” –que ha sido admitido como tal desde hace ya un tiempo por quienes se han hecho cargo del estudio del fenómeno de la opinión pública– y toda clase de lo que él mismo llama requerimientos políticos del orden social. De donde se desprende, por ende, que la “fabricación del consenso”, según este par de autores, no sería otra cosa que un eufemismo que alude a la manipulación y el control de nuestro pensamiento, sentimientos y acción.

Cabe señalar que además Lippmann sostenía en su obra pionera *Public Opinion* (1922) que la *propaganda* a esas alturas se había convertido en un verdadero órgano regular de gobierno cuya sofisticación y relevancia no cesan de aumentar. Por último, tenemos que este autor hizo una interesante contribución al establecer que una de las principales articulaciones del fenómeno de la *propaganda* es la *censura*, tal y como lo destacan Pratkanis y Aronson:

Es imposible llevar a cabo la propaganda en sentido estricto sin que exista alguna forma de censura. Para canalizar la propaganda tiene que haber algún tipo de barrera entre el público y el suceso. El acceso al entorno real debe estar limitado, para impedir que alguien pueda crear un entono falso que se le antoje adecuando o deseable. Junto al hecho de que las personas que tiene acceso directo a una información pueden interpretarla equivocadamente, nadie puede decir de qué forma tendrá lugar esa mala interpretación, a menos que esté en condiciones de determinar dónde mirar ya qué asunto concreto (Pratkanis y Aronson, 1994: 304).

Chomsky nuevamente, de paso, nos trae también a colación otro aporte significativo, nos referimos a Jacques Ellul, para el cual una característica fundamental de la *propaganda* es el hecho de que “el propagandista no puede revelar evidentemente las auténticas intenciones de aquel a cuyas órdenes trabaja... Ello supondría someter los proyectos a discusión pública, al escrutinio de la opinión pública, evitando así su triunfo... Por el contrario, la propaganda debe velar esos proyectos, enmascarando su auténtica intención” (Ellul, 1965: 58-59).

Otro de los aportes interesantes es el de Mario Herreros. En su libro *Teoría y técnica de la propaganda electoral* (1989) señala que la propaganda corresponde a una acción comunicativa teleológico-persuasiva que persigue un propósito específico que pretende gatillar una determinada conducta en los receptores. Junto con la incorporación del carácter ideológico de los mensajes, este autor incorpora el poder como elemento decisivo: “la intencionalidad de toda propaganda política puede resumirse en un objetivo global: la conquista del poder (...) Si el poder no se tiene, lo que se pretende es su conquista. (...) Si el emisor ya lo detenta, su propaganda se dirigirá a conseguir su afirmación y perpetuación en el mismo” (1989: 74). Con lo que “la propaganda (política) es una forma de comunicación referida al campo ideológico que persigue influir sobre las actitudes y opiniones de los individuos de una determinada colectividad, para perpetuar o cambiar las estructuras de poder imperantes en la misma, mediante la inducción a obrar de acuerdo con los principios y los términos contenidos en el mensaje” (1989: 79).

Este aporte de Herreros permite despejar la confusión que virtualmente se da entre propaganda y otras formas de comunicación, con las que comparte algunos de sus elementos constitutivos. Nos referimos a ciertos discursos persuasivos, más allá inclusive de la publicidad (comercial), cuyo objetivo es vender, siendo la motivación última económica, sino que se trata de unas formas comunicativas “otras” como es el caso de las llamadas campañas de utilidad pública, que aspiran a la inducción de conductas cívicas, a mejorar la calidad de vida, la convivencia ciudadana, etc., todas cuestiones que persiguen en definitiva el bien común. La *propaganda*, en cambio, reiteramos, persigue fines ideológicos a los cuales subyace una motivación ulterior: la búsqueda o la administración del poder. No obstante, si atendemos al hecho de que todo discurso es ideológico, pues en ellos se reproducen las relaciones de dominio (poder) a la vez que pretenden imponer su visión de mundo (Van Dijk, 2004), en los tres tipos de

persuasión tenemos en última instancia un trasfondo claramente del tipo ideológico. Dimensión (ideológica) que se ve facilitada por el hecho indiscutible de que en todos los casos estamos manejándonos con distintos tipos de discursos, de textos, en los que siempre está presente la marca del emisor y su visión del mundo (*weltanschauung* o cosmovisión), o sea, su ideología (Huici, 2010: 31-32).

En efecto, tenemos que la *propaganda* “es un tipo de discurso persuasivo que, en su forma moderna, se difunde por los medios masivos de comunicación, cuyos mensajes se refieren a cuestiones ideológicas (y, por lo tanto, vinculadas directamente con la política) y que constituye un recurso de primer orden para todos aquellos que, o bien buscan el poder, o bien intentan mantenerlo (...) lo que da a la propaganda su peculiaridad es la sinergia de estos tres elementos: **comunicación persuasiva** (apoyada en los *mass media*), **ideología** y **poder**, siendo de los tres éste último el que permite distinguir más nítidamente a la propaganda de otras formas comunicativas en las que la persuasión y la ideología participan en algún grado, tal y como lo hemos señalado en el caso de la publicidad comercial o en la institucional” (Huici, 2010: 33).

Otro autor para el cual también el poder se presenta como un principio constitutivo de la propaganda y de carácter neurálgico es Alejandro Pineda Cachero, y es en función de ello que la propaganda se puede considerar un tipo específico de intencionalidad por el cual un emisor genera un mensaje. De tal modo que para este autor la *propaganda* no es solo un instrumento del poder, sino más bien “es la forma natural de comunicación del poder, del mismo modo que la fuerza es una de sus formas físicas de legitimación” (Pineda, 2006: 127). Es decir, para Pineda la *propaganda* no es sólo un instrumento de legitimación del poder, como pretende serlo la fuerza o la religión, sino que es su instrumento comunicacional al ser la forma por excelencia a través de la cual el poder se comunica. Y más aún, diríamos, siguiendo a este autor, que al estar la propaganda intrínsecamente ligada al poder, constituye en última instancia su razón de ser. Lo cual queda totalmente ilustrado en la siguiente interrogante que se plantea este autor: “¿Cuál es la motivación que lleva al proceso de generación comunicativa en propaganda?” o, en otras palabras, “¿por qué se hace propaganda?”. Y, según lo planteado, la respuesta no puede ser otra que la que el mismo autor señala: “por el poder” (Pineda, 2006: 127). De donde se infiere que si el poder es el “porqué” de la propaganda, la ideología es el “qué” (Pineda, 2006: 194).

Frances Stonor Saunders, autora de *La CIA y la Guerra Fría cultural* (2013), obra reeditada en España en 2013, nos brinda un aporte significativo al tema:

De los individuos e instituciones subvencionados por la CIA se esperaba que actuaran como parte de una amplia campaña de persuasión, de una guerra de propaganda, en la que “de propaganda” se definía como “todo esfuerzo o movimiento organizado para distribuir información o una doctrina particular, mediante noticias, opiniones o llamamientos, pensados para influir en el pensamiento y en las acciones de determinado grupo” (...) Un componente esencial de este esfuerzo era la “guerra psicológica”, definida como “El uso planificado de la propaganda y otras actividades, excepto el combate, por parte de una nación, que comunican ideas e información con el propósito de influir en las opiniones, actitudes, emociones y comportamiento de grupos extranjeros, de manera que apoyen la consecución de los objetivos nacionales”. Más aún, se definía como “el tipo de propaganda más efectivo”, aquella en la que “el sujeto se mueve en la dirección que uno quiere por razones que piensa son propias” (Stonor Saunders, 2013: 21).

Por su parte, Emma Rodero hace el siguiente aporte:

Se entiende por propaganda la acción sistemática reiterada, ejercida por medios orales, escritos o icónicos, sobre la opinión pública, con una finalidad persuasiva, principalmente mediante la sugestión y técnicas psicológicas similares, para imbuir una ideología/ doctrina o incitar a la acción mediante la canalización de actitudes y opiniones, al presentarse la realidad tergiversada, seleccionada e interpretada con un reduccionismo valorativo y una carga emocional. La propaganda se mueve en una estructura sociocultural determinada, sin la cual no pueden comprenderse sus repercusiones psicológicas y culturales (Rodero, 2000).

Por último, tenemos la aportación que formula Teun Van Dijk, maestro y profesor del Análisis Crítico del Discurso (ACD), que señala que la propaganda corresponde a una de las formas diferentes que adquiere el abuso discursivo. Y que se trata en definitiva de “formas de discurso encaminadas a manejar ilegítimamente la opinión pública y controlar las acciones de la gente con intención de sustentar la reproducción del poder” (2009: 29). En esta definición resulta clave el concepto de ilegitimidad, pues su autor señala que resulta indispensable, si hemos de estudiar los discursos hegemónicos, dominantes, de la elite poderosa y de sus diferentes soportes, tener claro “por qué y de qué manera ese discurso es ilegítimo, por qué y de qué manera viola las normas y los valores fundamentales de la sociedad” (2009: 12).

Al respecto, agrega que “como regla empírica general, podemos hablar de uso ilegítimo del poder discursivo, es decir, de dominación, cuando ese discurso o sus posibles consecuencias violan sistemáticamente los derechos humanos o civiles de las

personas” (Van Dijk, 2009: 46). Y para reforzar aún más estos conceptos, dirá que “los ECD [Estudios Críticos del Discurso] se interesan más en el análisis crítico del abuso de poder de los políticos que en su ejercicio legítimo del poder, más en cómo desinforman los medios que en lo que informan o en cómo abusan de su conocimiento los profesionales y los más instruidos para hostigar a los estudiantes, los pacientes, los clientes o a otros ciudadanos en lugar de educarlos, curarlos o asesorarlos. Llamo a estas formas de abuso de poder dominación, una noción que implica la dimensión negativa del ‘abuso’ y también la dimensión de desigualdades, injusticias e inequidad, es decir, todas las formas de acciones y situaciones ilegítimas” (Van Dijk, 2009: 41).

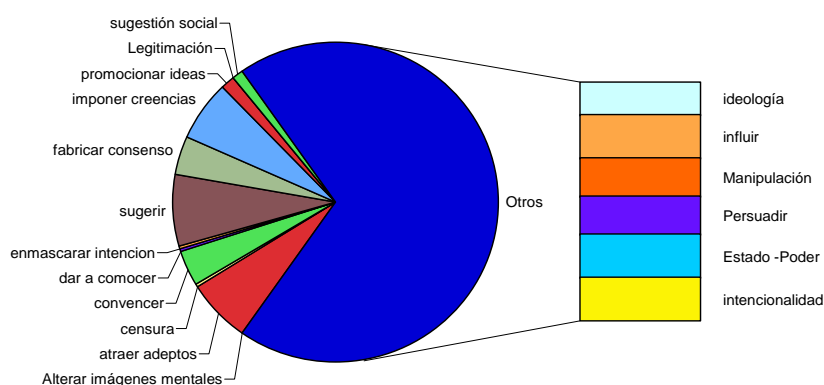
2.1.6. ANÁLISIS CONCEPTUAL (CUALI-CUANTITATIVO)

2.1.6.1. SELECCIÓN DE COMPONENTES NEURÁLÓGICOS

Deconstruyendo las definiciones aportadas y mediante la aplicación de un filtro, hemos podido aislar los componentes que conforman cada una de las definiciones y contar –en términos de prevalencia– (número de conceptos que están presentes en las definiciones seleccionadas) aquellos que se repiten, producto de lo cual se observó que existe una preponderancia de un conjunto de seis componentes, a saber: *ideología*, *influir*, *manipulación*, *persuadir*, *poder* (estado) e *intencionalidad*.

El siguiente gráfico nos muestra los conceptos presentes en las definiciones de propaganda, ilustrándolos según el número de veces que aparecen en cada una de ellas, por lo que se destaca en color azul (representando casi el 70%) los términos con más peso específico en las definiciones, gracias a lo cual hemos extraído el núcleo conceptual del concepto de propaganda o lo que hemos denominado *elementos neurálgicos/nucleares* o *principios constitutivos del concepto* en cuestión, por lo que es posible afirmar que, a lo menos, estos seis componentes debieran estar incluidos en cualquier propuesta más o menos exhaustiva del concepto de *propaganda*.

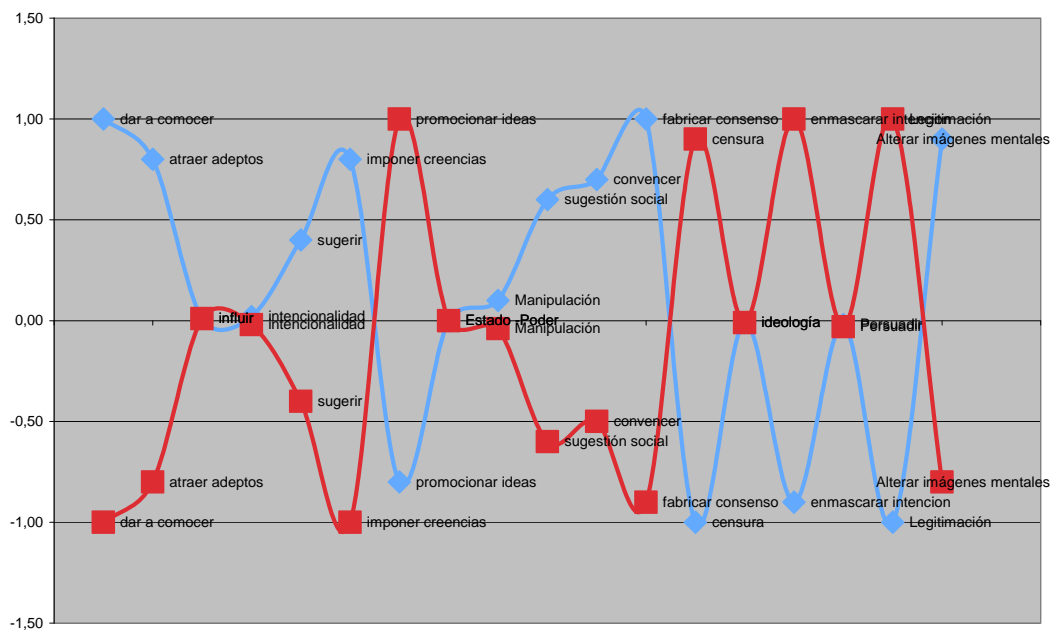
Gráfico 1. Elementos constitutivos del concepto propaganda



Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, procedimos a aplicar un valor real a las codificaciones, no sólo en términos cuantitativos (cantidad de veces que aparecen), sino que también considerando la relevancia que adquieren en tanto elementos neurálgicos en las diferentes propuestas de definición de propaganda. Es así como en el gráfico 2 se aprecia la medición de la dispersión relativa al grado de distanciamiento de su valor ideal (como media deseada), en donde la línea roja representa el valor “ideal” y la línea azul el “valor real”, encontrándose la menor dispersión en el punto cero, en donde vemos igualmente la coincidencia de los elementos nucleares/neurálgicos, principalmente, en lo que respecta a: *ideología, poder, persuasión y manipulación*:

Gráfico 2. Grado de dispersión de los elementos constitutivos del concepto.



Fuente: Elaboración propia.

2.1.6.2. ELEMENTOS NEURÁLGICOS/ NUCLEARES DEL CONCEPTO

Respecto del núcleo conceptual que implica el concepto de la *propaganda* podemos señalar que el análisis empírico desarrollado en el acápite anterior confirma que el núcleo conceptual del concepto en cuestión está compuesto centralmente por los conceptos de *poder*, *persuasión*, *manipulación* e *ideología*. Con respecto al concepto de *intencionalidad*, vemos que este es un concepto que subyace a los otros, por lo que forma un segundo nivel conceptual, claramente con menos peso que los otros cuatro. De modo tal que a continuación, aunque sea somera y operacionalmente, nos referirnos a ellos. En primer lugar, respecto de *poder*, y sin necesidad de entrar en mayores disquisiciones relativas a la teoría del poder, diremos que “es capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder” (Castells, 2009: 33); ejerciéndose al margen de la coacción, fundamentalmente, a través de la construcción de significados, empezando por los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. En la práctica, el poder reside en el control de nuestra mente y nuestro consentimiento, en nuestra

resignación, y diremos, gramscianamente, que quien controla la comunicación controla nuestra mente y ostenta el poder⁷¹; dado que la mente se organiza en función de redes comunicacionales y las redes neuronales de nuestro cerebro que están en contacto con las redes de comunicación de nuestro entorno (Castells, 2012).

El poder, en definitiva, está en hacernos sentir, pensar y actuar en función de determinados valores e intereses (Castells, 2012), pues “los poderes no se conforman con ser exteriores, sino que se introducen en cada uno de nosotros” (Deleuze, 1996: 3). Dicho de otro modo y coincidiendo con lo que señala Teun van Dijk respecto de la manufactura/fabricación del consenso, según él, se trata de una de las formas más modernas de ejercer el poder y en virtud de la cual se intenta ejercer un control discursivo de los actos lingüísticos por medio de la persuasión, dado que “los actos son intenciones y controlando las intenciones se controlan a su vez los actos. Existe entonces un control mental a través del discurso. Es muy interesante llegar a la conclusión de que los actos de la gente, en general, son actos discursivos” (Van Dijk, 1994). De lo anterior se desprende que para este autor la noción de poder “involucra ante todo el concepto de control sobre dos instancias: los actos de las personas y la mente de las personas; es decir, hablar de poder es hablar de control. El control remite a la limitación de la libertad de acción de otros (...) el poder moderno es el que se ejerce por medio del control mental: ésta es la manera indirecta de controlar los actos de otros. El poder moderno consiste en influir en los otros por medio de la persuasión para lograr que hagan lo que se quiere. Los grupos que tienen acceso a esas formas de poder y de control social son generalmente grupos que han sido legitimados y tienen a su vez acceso al discurso público. Esto es lo que en Gramsci se conoce como hegemonía” (Van Dijk, 1994).

Dicho sea de paso, por lo vaga y difusa que pueda resultar la noción de *control de la mente*, tenemos que “implica más que la simple adquisición de creencias sobre el mundo por medio del discurso y de la comunicación” (Van Dijk, 2009: 162); fundamentalmente porque, como señala Van Dijk, los receptores tienden *a priori* a aceptar las creencias transmitidas por el discurso dominante u oficialmente aceptado

⁷¹Marx advertía que el control personal y social pasa por el control de la palabra, del discurso, del lenguaje, que en definitiva es el soporte de las ideas, el vehículo de la ideología. Pues es ahí, en la información de los contenidos de los medios, en donde se forja el “imaginario social” y las identidades colectivas, ello explica la importancia que tiene el discurso para el poder mundial. Decía Marx que la diferencia entre un rico y un pobre radica en que un pobre usa no más de 300 o 400 palabras y un rico 2.000 o 3.000 (Castells, 2012).

como autorizado, porque en muchos casos los participantes se ven obligados a ser receptores (en la educación, por ejemplo); o porque no existen otras fuentes discursivas que provean de información alternativa, y, también, porque los receptores pueden ser completamente ignorantes respecto del conocimiento y las creencias como para refutar los contenidos propios de los discursos dominantes. “Estos cuatro puntos sugieren que el control discursivo de la mente es una forma de poder y de dominio si tal control se realiza en interés de los poderosos” (Van Dijk, 2009: 163).

Para Van Dijk, por último, la noción de poder señala siete atributos fundamentales:

El poder es una propiedad de las relaciones existentes entre los grupos sociales, las instituciones o las organizaciones (por ello se aborda la dimensión social, no individual, del poder). El poder social se define como el control que ejerce un grupo o una organización (o sus miembros) sobre las acciones y/o las mentes de (los miembros de) otro grupo, con lo cual limita la libertad de acción de los otros o influye en sus conocimientos, sus actitudes o sus ideologías. El poder de un grupo o institución específicos puede estar “distribuido” y restringirse a un dominio o campo de acción social específico, tales como el de la política, los medios, la ley y el orden, la educación o las empresas comerciales, de donde surgen diferentes “centros de poder” y grupos de élite que controlan tales centros. La dominación se entiende aquí como una forma de abuso del poder social, es decir, como un ejercicio legal o moralmente ilegítimo del control sobre los demás buscando el propio beneficio y que a menudo da por resultado una desigualdad social. El poder se basa en el acceso privilegiado a recursos sociales apreciados, tales como la riqueza, los empleos, el estatus o directamente en el acceso preferencial al discurso y la comunicación públicos. Con frecuencia el poder y la dominación social están organizados e institucionalizados, para permitir un control más efectivo y autorizar formas de rutina de la reproducción del poder. La dominación rara vez es absoluta; frecuentemente es gradual y puede toparse con la mayor o menos resistencia o el contrapoder de los grupos dominados (Van Dijk, 2009: 121-122).

Por su parte tenemos la noción de poder que señala John B. Thompson y que comparte con Michael Mann y Anthony Giddens, que en primer lugar distingue analíticamente cuatro tipos principales a los que llaman: *poder económico*, *político*, *coercitivo* y *simbólico*. Este último, un concepto bourdieuano, es obviamente el que más nos interesa. Ahora bien, en términos generales “el poder es la capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimiento y de afectar a sus resultados (...) es un fenómeno social penetrante característico de los diferentes tipos de acción y encuentros, desde las acciones políticas visibles de los representantes del Estado hasta el mundano encuentro de individuos en la calle. Si en la actualidad asociamos comúnmente el poder con el poder político, es decir, con las acciones de individuos que actúan en nombre del

Estado, es porque los Estados se han convertido en centros particularmente importantes de concentración del poder en el mundo moderno” (Thompson, 1998: 29).

Cabe señalar, siguiendo a Thompson, que el ejercicio del poder implica el uso de determinados recursos que son los medios para alcanzar sus objetivos e intereses de manera efectiva. De modo tal que la acumulación, personal o dentro de una estructura institucional, de recursos de variada índole es una forma de aumento del poder. Por último, cabe señalar que para el cuarto tipo de poder que identifica, el cultural o poder simbólico, este autor señala:

Que procede de la actividad productora, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas. La actividad simbólica es una característica fundamental de la vida social, a la par de la actividad productiva, la coordinación de los individuos y la coerción (...) Los individuos están constantemente dedicados a la actividad de expresarse de forma simbólica y de interpretar las expresiones de los otros; están constantemente comprometidos en la comunicación entre unos y otros e intercambiando información y contenido simbólico. En este cometido los individuos emplean varios tipos de recursos a los que designaré, en un sentido amplio, como “medios de información y comunicación”. Estos recursos incluyen los medios técnicos para la fijación de conocimiento empleados en la producción, transmisión y recepción de información y contenido simbólico (lo que Bourdieu llama “capital simbólico”). Al producir formas simbólicas, los individuos emplean estos y otros recursos con el fin de llevar a cabo acciones que podrían interferir en el curso de los acontecimientos y desencadenar consecuencias de varios tipos. Las acciones simbólicas podrían llevar a otros a actuar o responder de determinadas maneras, y dar preferencia a un tipo de acción antes que a otro, para creer o dejar de creer, para afirmar su apoyo a asuntos del Estado o implicarse en una revuelta colectiva (Thompson, 1998: 34).

Por último señala que el “poder simbólico se refiere a esta capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas” (Thompson, 1998: 34).

En lo que respecta al concepto de persuasión diremos que “no toda persuasión es propaganda” (Pratkanis y Aronson, 1994: 29), pues la “persuasión se evidencia en personas de casi cualquier condición. Casi cualquier político importante contrata consultores de comunicación y estrategias políticas para que le aconsejen sobre la manera de persuadir al público y llegar a ser elegido” (Pratkanis y Aronson, 1994: 23). Y para hacernos una idea más acabada de la importancia del concepto, nos recuerdan que el gobierno de los Estados Unidos gasta más de 400 millones de dólares al año en la contratación de más de 8.000 trabajadores para difundir propaganda favorable a los

Estados Unidos. Los resultados del año 1994 fueron 90 películas (no por nada Jean-Louis Comolli ha definido al cine como un útil instrumento de modelación de las mentes, los cuerpos y los deseos de acuerdo con la necesidades del mercado (Boetti, 2013)), 12 revistas en 22 idiomas con una audiencia estimada de 75 millones de personas, todas ellos describiendo las virtudes del estilo de vida americano (Pratkanis y Aronson, 1994: 23).

Por otro lado, tenemos que “la persuasión puede ser sinónimo de la demostración de un pensamiento estructurado racionalmente, pues como denominó Aristóteles, los *entimemas* (que en griego significa deducir por raciocinio) son razonamientos o argumentos fundados en cosas verosímiles. La persuasión no es imposición (ni manipulación), sino un convencimiento que pretende la fiabilidad de lo afirmado, consiguiéndolo mediante el razonamiento original y gracias a la fuerza del arte de la palabra (Gil, 2007). Por lo que, finalmente, la “persuasión debe entenderse como un ejercicio de tolerancia cívica que debe saber encajar las diferentes formas de comprender el mundo” (Pratkanis y Aronson, 1994: 23).

En lo que respecta al último de los conceptos nucleares que implica la noción de propaganda, *ideología*, al igual que los anteriores conceptos puede ser abordado desde diferentes perspectivas y enfoques, por lo que nos parece necesario desarrollar un breve trayecto hasta dar con las aportaciones, respecto del significado del concepto, que nos parecen más útiles para nuestros propósitos. En primer lugar, diremos que si bien es cierto que para mucha gente el término en cuestión está directamente ligado al marxismo y éste en efecto haya contribuido a su formulación original, se remonta más allá de la aparición del marxismo y, desde la aparición de éste, han surgido nuevas significaciones de la palabra (Mannheim, 1958: 112) En virtud de lo cual es posible, según Mannheim, establecer desde una perspectiva sociológica e histórica que el concepto de ideología puede ser definido desde dos ángulos completamente distintos: uno particular y otro total.

La concepción particular denota ciertas ideas “consideradas como deformaciones, más o menos conscientes, de la naturaleza real de una situación, cuyo reconocimiento verdadero no estaría de acuerdo con sus intereses” (Mannheim, 1958: 113); y la concepción total y más amplia de ideología se refiere a “cuando nos ocupamos de las características y composición de la estructura total del espíritu de esta época o de este

grupo, nos referimos a la ideología de una época o de un grupo histórico social concreto, por ejemplo, de una clase” (Mannheim, 1958: 113). A partir de aquí Karl Mannheim establece en un plano dicotómico las características fundamentales de una y otra concepción de ideología que a continuación citamos a modo de resumen.

La concepción particular “designa una parte de las afirmaciones del contrario como ideología” (Mannheim, 1958: 114), mientras que la concepción total “pone en duda toda la *Weltanschauung* [concepción del mundo] del contrario” (Mannheim, 1958: 114). En segundo lugar, señala que la concepción particular lleva a cabo su análisis de las ideas a nivel puramente psicológico; la concepción total lo hace a un nivel teórico o *noológico*, acaso epistemológico, y en tercer término diremos, siguiendo a Mannheim, que la concepción particular opera con una psicología de intereses, sin apartarse nunca del nivel psicológico e individual, en cambio la concepción total lo hace a partir de “un análisis funcional más formal, sin ninguna referencia a las motivaciones, limitándose a una descripción objetiva de las diferencias estructurales del espíritu que opera en diferentes marcos sociales” (Mannheim, 1958: 115).

Ahora bien, nos resulta suficiente y pertinente a los propósitos de esta investigación la re-actualización del concepto planteada por Teun van Dijk (1999) y Slavoj Žižek (1994); habiendo pasado éste —el concepto— por su inclusión foucauldiana en la teoría de la representación de la época clásica (1986) y por la althusseriana teoría reproductivista (1994). Por lo que diremos, siguiendo al renacentista-posmoderno filósofo esloveno, como se le ha venido en llamar, que es necesario distinguir entre ideología misma y sus prácticas e instituciones. Que antes que nada es un tipo de cognición social, por lo que no es un mero conjunto de creencias y actitudes sino que representa un complejo marco cognitivo que controla la formación, la transformación y la aplicación de otras cogniciones sociales, tales como el conocimiento, las opiniones y las representaciones sociales, incluyendo los prejuicios que componen todo un marco ideológico consistente en “un conjunto de normas, valores, propósitos y principios socialmente importantes, seleccionados, combinados y aplicados de tal manera que favorezcan la percepción, la interpretación y la acción de las prácticas sociales que juegan a favor del interés conjunto del grupo. Así, una ideología da coherencia a ciertas actitudes sociales que, a su vez, co-determinan prácticas sociales. Deberíamos poner énfasis en que las cogniciones sociales ideológicas no son sistemas de creencias u

opiniones individuales, sino que esencialmente reflejan las creencias y opiniones de miembros de formaciones o instituciones sociales” (Van Dijk, 2009: 68-69).

Por su parte diremos, citando una vez más a este autor, que “en general supone que el termino se refiere a una ‘conciencia’ de grupo o de clase que puede estar o no elaborada explícitamente en un sistema ideológico que sustente las prácticas socioeconómicas, políticas y culturales de los miembros del grupo destinadas a satisfacer (en principio, de manera óptima) sus intereses (de grupo o de clase). Tanto la misma ideología como las prácticas ideológicas derivadas de ella frecuentemente se adquieren, se expresan o se organizan a través de diversas instituciones tales como el Estado, los medios, la educación o la Iglesia, y también a través de instituciones informales como la familia” (Van Dijk, 2009: 68). Asimismo, nos parece interesante la definición de ideología que desliza en las siguientes palabras el filósofo (lacaniano) esloveno Slavoj Žižek, cuando señala que “el nivel fundamental de la ideología (...) no es la ilusión que enmascara el estado real de las cosas, sino una fantasía (inconsciente) que estructura nuestra propia realidad social”, tal y como señala en el documental que lleva su nombre (Taylor, 2005). Y que reduce en la misma fuente con una cita de Karl Marx de *El Capital*: “*They do not know it, but they are doing it*”, o “ellos no saben, pero lo hacen”.

Finalmente, en lo relativo a los conceptos neurálgicos, hemos advertido que la *manipulación* en muchos casos corre peligrosamente el riesgo de ser confundida con la persuasión, ya que hemos tenido la fuerte impresión en más de una oportunidad de que son empleados indistintamente como si fueran sinónimos. En ese sentido nos parece clarificadora la definición que aporta Teun van Dijk. Existen a lo menos tres propiedades o circunstancias que nos ayudan a entender el concepto de la *manipulación* y que nos dan cuenta, además, del enfoque que debiera adoptar su análisis. En primer lugar, que la mayor parte de la manipulación se realiza mediante el texto oral o escrito (enfoque de análisis de discurso). En segundo término, y tal vez lo más importante, que es preciso tener en consideración que los que están siendo manipulados son seres humanos a través de sus mentes (enfoque de cognición social, pues siempre implica una forma de manipulación mental). Y, en tercer lugar, que la manipulación es una forma de interacción (enfoque social) dado que también implica poder y abuso de poder (Van Dijk, 2009: 351-52).

Por último, abordando la eventual confusión que enunciáramos más arriba, señala que sin las asociaciones negativas la *manipulación* podría ser una forma de *persuasión* hasta “legítima”, de donde la “diferencia crucial en este caso es que en la persuasión los interlocutores son libres de creer o actuar como les plazca, según si aceptan o no los argumentos de quien persuade, mientras que en la manipulación a los receptores se les asigna, típicamente, un papel más pasivo: son víctimas de la manipulación. Esta consecuencia negativa del discurso manipulativo ocurre normalmente cuando los receptores no son capaces de comprender las reales intenciones ni de ver las reales consecuencias de las acciones defendidas por el manipulador. Este es el caso, especialmente, cuando los receptores carecen del conocimiento específico que podrán usar para resistirse a la manipulación” (Van Dijk, 2009: 353).

2.1.6.3. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE PROPAGANDA

A partir del análisis desarrollado tenemos como propuesta que *propaganda* responde a:

Un ilegítimo, complejo y poderoso fenómeno discursivo (oral o escrito), de carácter ideológico, emitido a través de diferentes soportes comunicacionales con la expresa intencionalidad de persuadir y manipular (solapadamente) a los “otros” por parte de quienes detentan o aspiran a detentar el poder. Se trata de ejercer el control de las mentes (sentimientos, creencias y acciones) alterando con ello (ya sea por saturación u omisión de información) la representación de mundo y, en algunos casos, con apelaciones (directas) de fuerte contenido emocional, incitar la anulación del pensamiento crítico y reflexivo, la potenciación de la obediencia (el miedo), el fanatismo (la euforia), la indiferencia o la rabia, con el fin último de conquistar o administrar el poder (del cual es forma fundamental de comunicación) o cualesquiera otras situaciones de privilegio, sea éste el Estado o cualquier clase de actores o grupos dominantes.

Llegados a este punto de nuestro trayecto respecto del tema de la propaganda, en donde el propósito fundamental ha sido dar una visión más o menos exhaustiva del complejo fenómeno que esta práctica representa, tanto desde una perspectiva diacrónica como sincrónica, resulta imprescindible citar una de las contribuciones que hace al tema

W. Lippmann para entrar de lleno al siguiente acápite relativo a la *desinformación*. Este autor, pioneramente, percibe que una de las articulaciones fundamentales de la propaganda es, precisamente, la practica desinformativa, y señala sustancialmente que es virtualmente imposible llevar a cabo la propaganda, *stricto sensu*, sin la existencia de algunas de las formas de censura que se establecen a modo de barrera entre el acontecimiento noticioso y el público; pues se trata, en definitiva, de determinar las condiciones respecto de dónde y qué asunto debe concitar nuestro interés (Lippmann, 2003).

2.2. LA DESINFORMACIÓN

En las sociedades libres la censura es infinitamente más sofisticada y meticulosa que en las dictaduras, porque pueden silenciarse ideas que se desaprueban y mantenerse ocultos hechos poco convenientes sin necesidad alguna de una prohibición oficial.

George Orwell (Rebelión en la granja, 1971: 12).

Los sistemas de información (y control de la información) de nuestra época han llegado a un punto tal que hacen del sistema de 1984 un juego de niños.

José Saramago (citado en Pineda, 2002).

La información real, la información subversiva, sigue siendo el poder más potente de todos – y yo creo que no debemos caer en la trampa de creer que los medios hablan por el público. No fue verdad en la Checoslovaquia estalinista y no es verdad en EEUU

John Pilger (Pilger, 2007)

2.2.1. ALGUNOS (DE SUS) RASGOS FUNDAMENTALES Y UN BREVE TRAYECTO HISTÓRICO DE LA DESINFORMACIÓN

El contenido semántico que le da sentido y significación al término *desinformación* es tan complejo como el del concepto de *propaganda*. Por lo que muchas de las características que exhibe este concepto, las cuales hemos intentado abordar más o menos exhaustivamente en el acápite anterior, son perfectamente válidas para el de *desinformación*. Por ello, además, resulta metodológicamente recomendable desarrollar una estrategia similar a la empleada con la *propaganda*. Una suerte de genealogía deconstructiva del concepto. O sea, la idea de ir orillándolo a partir de la identificación y establecimiento de ciertos rasgos o características fundamentales del mismo, obtenidas a través de las diferentes entradas teóricas que posibilita, hasta llegar al centro o núcleo conceptual de esta otra “anómala” forma discursiva (Van Dijk, 2009).

Se trata, igualmente, de desprenderse de la errónea tentación de encerrarla en un número limitado de conceptos, pues sigue siendo una cuestión compleja; como

asimismo de abandonar la idea de definición única y comprensiva (Huici, 2010: 25). En rigor, también, podríamos identificar, aunque en una escala menor, las tres dimensiones que enunciamos para el concepto de *propaganda*, a saber, como concepto (término o palabra) propiamente tal, como praxis (fenómeno social) y como objeto de estudio. No obstante, por razones del escaso desarrollo experimentado por la exploración teórica del tema, como por el hecho de tratarse de un concepto reciente –como se verá más adelante– nos veremos abocados, prioritariamente, a la dimensión más pragmática del mismo, o sea la *desinformación* en tanto praxis. Así pues, lo primero que tendríamos que destacar, como para ir entrando paulatinamente en materia, es que del *pool* de definiciones de *propaganda* que trajimos a colación en el acápite anterior, tan solo una de las contribuciones teóricas –del conjunto de aportes recopilados y sistematizados– establece una relación directa entre este concepto (propaganda) y el de desinformación. Se trata, precisamente, de la contribución proporcionada por Walter Lippmann, “el principal intelectual público del siglo XX” (Chomsky, 2010: 65), con lo cual confirma, una vez más, su carácter de pionero en estudios sobre la comunicación, principalmente en lo que respecta al tema de la opinión pública.

En concreto, respecto de la directa relación que establece este autor entre los conceptos en cuestión –*propaganda* y *desinformación*– señala que “si no se establece algún tipo de censura, la propaganda en el estricto sentido del término resulta imposible” (Lippmann, 2003: 52). O sea, el control de la información, que no es otra cosa que la *desinformación*, es de cualquier modo un tipo de *censura*. De modo tal que para canalizar la propaganda este autor señala que “es necesario que exista alguna barrera entre el público y los sucesos. El acceso al entorno real debe estar limitado antes de que alguien pueda crear un pseudoentorno que le parezca razonable o deseable. Esto se debe a que cuando los individuos que tienen acceso directo tergiversan lo que ven, nadie más puede decir cómo tergiversarlo, a menos que pueda determinar en qué dirección deben mirar y hacia qué objetos” (Lippmann, 2003: 52).

Al mismo tiempo, recordemos que describe propaganda como una actividad en la que “un grupo de hombres capaces de evitar que la gente conozca los hechos de manera directa, manipulan las noticias relacionadas con ellos para adaptarlas a sus propósitos” (2003: 54). Y, más aun, este mismo autor destaca que la “censura y el secretismo interceptan gran parte de la información en su misma fuente de origen, es aún mayor el número de hechos que nunca llegan a ser de dominio público” (2003: 55).

Respecto de lo cual Chomsky y Herman (2005) señalan que

la mayoría de elecciones sesgadas de los medios de comunicación surgen de la criba previa de gente que piensa lo que hay que pensar, de preconcepciones interiorizadas, y de la adaptación del personal a las limitaciones de la propiedad, de la organización, el mercado y el poder político. La censura es en gran medida autocensura, por un lado de periodistas y comentaristas que se ajustan a la realidad de los requerimientos organizativos de las fuentes y de los medios de comunicación, y por otro de los responsables de alto nivel de dichos medios, que fueron elegidos para poner en práctica las constricciones impuestas por los propietarios y por otros centros de poder, tanto del mercado como gubernamentales (Chomsky y Herman, 2005: 14).

Es preciso recordar, en este sentido, que para Lippmann la opinión pública estaba desinformada y era caprichosa, por lo que recomendaba no actuar de acuerdo con sus percepciones, a riesgo de producir “‘un malsano desarreglo de las auténticas funciones del poder’ y de la generación de políticas ‘mortales para la supervivencia misma del estado como sociedad libre’” (Chomsky, 2010: 65). De tal modo que podemos concluir parcialmente que una de las “formas discursivas abusivas” (Van Dijk, 2010), que adquiere el también “abusivo” fenómeno propagandístico es, precisamente, la desinformación. Se trata, por una parte, de formas “abusivas” porque en definitiva constituyen **formas de control social basadas, precisamente, en el control del discurso en tanto estrategias de dominación que eluden flagrantemente la obligación fundamental de cumplir el propósito social de informar y educar verazmente a los ciudadanos** (Van Dijk, 2010: 41). Estamos hablando, por otro lado, de “formas de discurso encaminadas a manejar ilegítimamente la opinión pública y controlar las acciones de la gente con intención de sustentar la reproducción del poder” (Van Dijk, 2010: 29); en donde, por “regla empírica general, podemos hablar de uso ilegítimo del poder discursivo, es decir, de dominación, cuando ese discurso o sus posibles consecuencias violan sistemáticamente los derechos humanos o civiles de las personas” (Van Dijk, 2012: 46).

Un fenómeno que, por lo demás, como todo lo que rodea al fenómeno de la *propaganda*, es susceptible también de ser remontado —en algunas de sus formas— a tiempos inmemoriales, presente en los diferentes escenarios de conflicto por los que ha pasado la historia de la humanidad (Fazio, 2000; Pizarroso, 1990; Huici, 2000), en donde es posible apreciar cómo “las elites se guardaban la información para sí mismas y eliminaban los restos del conocimiento dominante, a veces durante siglos, antes de que se volvieran a descubrir” (Smith, 2012). Un perfecto ejemplo en este sentido lo

representa la tesis central de la novela *El Nombre de la Rosa* (1980)⁷², del destacado medievalista, escritor y semiólogo alessandrino Umberto Eco, en la cual, en una apasionante fábula detectivesca ambientada en una abadía medieval de los Apeninos ligures en el año 1327, se plantea el ocultamiento mortal de cierto documento por parte de los monjes medievales, que actuaron como genuinos cancerberos del conocimiento clásico durante este oscuro periodo de la historia de la humanidad: la parte dedicada a la “Comedia” de la *Poética* de Aristóteles. Parte del texto que finalmente se perdió en la historia. O sea, “la desinformación ha tenido un papel determinante en la Historia, no solamente porque se haya utilizado en todos los conflictos –sean políticos, ideológicos o militares– sino también por haber contribuido frecuentemente de una manera decisiva a configurar los acontecimientos históricos más importantes de los últimos dos siglos” (Fraguas de Pablo, 1986).

Posteriormente, con el paso del tiempo y especialmente a partir de las revoluciones del siglo XVIII, y con el establecimiento de las repúblicas inspiradas en valores democráticos, las elites y los grupos de dominación al verse virtualmente impedidos de controlar los flujos de información por la fuerza se vieron obligados a urdir formas más sutiles de obstruir la verdad para seguir controlando el mundo. Este sería uno de los principios de la compleja praxis de la *desinformación* (Smith, 2012). De modo tal que “se refinó y perfeccionó la técnica, la “magia” de la mentira. La mecánica de la mente y el alma humana se convirtió en una interminable obsesión para la clase dirigente” (Smith, 2012). Como lo veremos a continuación.

⁷²Una historia que logró hacerse masiva gracias a la versión cinematográfica italo-franco-alemana del director Jean-Jacques Annaud y protagonizada por Sean Connery y Christian Slater (1986). Y que ha sido adaptada al teatro por cuatro compañías españolas para ser estrenada en el marco del XXIV Festival de Teatro Clásico de Cáceres (2013).

2.2.2. ALGUNOS PRINCIPIOS CONSTITUTIVOS DEL MODELO DESINFORMATIVO A PARTIR DE CIERTOS APORTES TEÓRICOS FUNDAMENTALES

El gran acusador Tom Paine advirtió que si a la mayoría de la gente se le niega la verdad y las ideas de la verdad, era hora de asaltar lo que llamó la Bastilla de las palabras. Esa hora es ahora.

John Pilger (2007)

Lo cierto es que no solo somos receptores de comunicaciones persuasivas, sino también emisores o fuentes de tales mensajes. Nos guste o no, todos somos hijos de Peito.

(Pratkanis y Aronson, 1994: 350)

La desinformación es un arma de guerra del Pentágono.

Stella Calloni (Diálogos del Sur, 2012)

Para develar algunas de las interrogantes del tema de la desinformación, por ejemplo cuál es el *modus operandi* o las claves esenciales de la estructura de funcionamiento del modelo *desinformativo*, resulta fundamental echar mano a algunas importantes contribuciones teóricas –aunque no menos escasas– que se han hecho cargo, de una manera u otra manera, del tema. No se trata de hacer un resumen de tales contribuciones pero sí de tener en cuenta el panorama que se ha instalado a partir de sus descubrimientos. Ello especialmente si tenemos en cuenta el diagnóstico que señala que la *propaganda*, entre otras cosas, es un tema insuficientemente explorado (Pizarroso, 1990: 22); la *desinformación* lo es, en verdad, mucho más aún.

No obstante, existen ciertos aportes (relevantes) que nos permiten abordar más o menos satisfactoriamente el asunto, como es el caso del proporcionado por el analista Blandon Smith, quien, aunque aparentemente lego en la materia, en su artículo titulado, precisamente, *Cómo funciona la desinformación* (Smith, 2012), aborda especialmente y, de modo muy interesante, las formas más sutiles de *desinformación* empleadas por los grandes medios de comunicación y que corresponden al cúmulo de “los métodos utilizados para fertilizar y promover el crecimiento de la desinformación” (Smith, 2012). Se trata, por lo demás, de los mismos medios de comunicación que

originalmente tuvieron la misión de controlar el poder y que hoy están convertidos eventualmente en verdaderas maquinarias “de relaciones públicas para funcionarios corruptos y sus manipuladores globalistas” (Smith, 2012).

Los días del legítimo “periodista de investigación” han pasado hace tiempo (si existieron algún día) y el propio periodismo se ha convertido en un rancio charco de así llamados “editorialistas televisivos” que tratan sus propias infundadas opiniones como si fueran hechos confirmados (Smith, 2012).

O sea, estamos hablando de una suerte de apropiación noticiosa por parte de los grupos de poder, cuestión que ha operado, de una u otra forma, desde los tiempos anteriores a la invención de la imprenta, con motivo del desarrollo de la actividad informativa ligada a una red clientelar en la cual “los príncipes y reyes dispusieron de corresponsales que, a medida que el correo se regularizaba, podían proporcionar a sus señores una información más frecuente y, por tanto, más eficaz” (Pizarroso, 1993: 23-24). Aunque, como señala Smith, los primeros métodos de *desinformación* en los medios de comunicación “fructificaron verdaderamente bajo la supervisión del magnate de la prensa William Randolph Hearst Sr., el cual creía que la verdad era ‘subjetiva’ y estaba sujeta a su interpretación personal” (Smith 2012). Personaje que, por lo demás, ha pasado a la historia como Citizen Kane porque fue inmortalizado en la célebre película de Orson Welles (1941) que lleva ese título (Mattelart, 2007).

Es a partir de entonces que se pueden cifrar algunas de las principales tácticas utilizadas por los medios de comunicación, a saber, el **empleo de grandes mentiras, retractaciones insignificantes, fuentes no confirmadas o bajo control presentadas como hechos, omisión calculada, distracción y elaboración de relevancia y las tácticas deshonestas de debate** (Smith 2012). Esta última se refiere a que los expertos de la TV están adiestrados, según plantea este analista, en las llamadas “tácticas Alinsky” o “estrategia de Alinsky”⁷³(Smith 2012), cuya maquiavélica consigna reza: “ganar a cualquier precio, aunque haya que mentir”, y que sustancialmente está materializada en esta suerte de “decálogo”:

- 1) El poder no es solo el que posees, sino el que los adversarios creen que posees. 2) Cuando sea posible, aléjate de la experiencia de tus adversarios. 3) Obliga a tus

⁷³ Este autor plantea que como instrumentos del activismo de base, las tácticas de Alinsky, inspiradas por Saul Alinsky, destacado activista americano, organizador comunitario que inspiró la llamada revolución de los patios traseros (*Backyard Revolution*), se han utilizado históricamente (por ejemplo, por movimientos sindicales o especialistas en operaciones clandestinas) para obligar al lado opuesto a reaccionar con violencia contra activistas, lo que lleva a la simpatía popular por la causa de los activistas.

adversarios a ajustarse a sus propias reglas. 4) El ridículo es el arma más poderosa del hombre. 5) Una táctica no es buena si la gente no obtiene placer al aplicarla. 6) Una táctica que se practica demasiado tiempo se agota. 7) Mantened la presión con diferentes tácticas y acciones, y utilizad todos los eventos del período para vuestros propósitos. 8) La amenaza aterroriza más que la acción misma. 9) La ley principal de la táctica es el desarrollo de operaciones que mantengan la presión constante sobre el adversario. 10) Si impones una negativa lo suficientemente dura y profundamente, se convertirá en lo contrario. 11) El precio de un ataque exitoso es una alternativa constructiva. 12) Escoged el objetivo, congeladlo y polarizadlo (Smith, 2012).

Asimismo y a modo de conclusión, Smith se encarga de recordarnos de que hoy por hoy existen unos métodos más populares de desinformación como los presentes en Internet, los llamados *trolls*, también conocidos como “afiches pagados” o “blogueros pagados”. Por otra parte, y en similar dirección tenemos el aporte de Noam Chomsky y Edward S. Herman que formulan en *Manufacturing consent* (1988), cuya versión castellana se publicó con el título de *Los guardianes de la libertad* (2005), y que a estas alturas se ha transformado en un verdadero clásico –por no decir un *bestseller*– en el tema, en donde ambos autores desarrollan un sugestivo y muy documentado planteamiento respecto de cómo funciona la *desinformación*, concretamente a partir del sistema de medios de comunicación estadounidenses. Un modelo que, en virtud del proceso de globalización y el llamado efecto *americanización* (de la política, la vida y la sociedad), es rápidamente cooptado por otras realidades, que en definitiva no se trata de otra cosa que de “las particularidades del sistema estadounidense, que se van convirtiendo en generalidades a medida que otros países las toman como referente” (Mateos, 2009)⁷⁴.

Lo primero que destacan Edward S. Herman y Noam Chomsky –la tesis central de *Manufacturing consent*– es **que los medios de comunicación y su perceptible modelo de campañas y supresiones, de matizaciones y énfasis, de selección de contexto, premisas y el orden del día, que no es otra cosa que una construcción intencionada de la realidad, generalmente vehiculizan apoyo en favor de las necesidades e intereses estatales y de los principales grupos de poder**. Ello, no obstante la existencia del imperativo democrático en virtud del cual los medios de comunicación – además de portadores de derechos corporativos (protegidos y amparados en la Ley)–**son**

⁷⁴Traducción propia. Cita original en inglés: “*the peculiarities of the American system, which are turning into generalities as other countries take as referent*”. Un buen ejemplo de lo cual fueron las leyes de desregulación y liberalización adoptadas por Reagan, como las leyes adoptadas, en este mismo sentido por la administración Clinton (1996) (*Shadows of Liberty*, 2012), y que más tarde fueron aplicadas en muchos países del mundo, incluida España.

independientes y tienen la obligatoriedad de describir la verdad eficientemente, proporcionando a la ciudadanía noticias y opiniones no sesgadas (Chomsky, 2010: 49). Por lo que, a objeto de ser aprehendidos a cabalidad, a juicio de estos autores, resulta imprescindible que sean analizados en función de esta determinante característica (Chomsky y Herman, 2005: 11). En síntesis, lo que tenemos, en verdad, es que **“quienes ostentan el poder tienen la capacidad para fijar los términos del discurso, para decidir qué es lo que el público en general puede ver, oír y pensar, y para ‘dirigir’ la opinión pública por medio de campañas de propaganda regulares”** (Chomsky y Herman, 2005: 12; el subrayado en nuestro): los rasgos preocupantes de la dictadura mediática de la cual habla Ramonet (Serrano, 2010).

Al fin de cuentas, dentro de los atributos del poder está, desde siempre, “la capacidad de definir la realidad e interpretar los valores básicos que la sustentan, de acuerdo a los intereses de los grupos que lo detentan, de tal modo que todos los demás compartan dichas definiciones como ‘la realidad’, ‘lo natural’” (Comas, 2004: 131). Un ejemplo de ello es cómo hoy por hoy la teoría económica el “pensamiento único” –concepto acuñado por Ramonet– con su consabido fetiche de la desregulación- liberalización- privatización, presenta la realidad (construida) que nos brinda, precisamente, como algo “natural”, “normal” irremediablemente; una suerte de “naturalización de la realidad social”, por sobre el carácter de construcción que ésta tiene en verdad (Díez, Rubido, Aparici y Tucho, 2008).

Se trata en toda regla de un planteamiento ideológico ilegítimo pues en última instancia lo que busca y promueve es la *re-signación* como una forma más de (auto) control social en pos de la reproducción del poder (Van Dijk, 2010: 41). Al respecto, Manuel Castells (2012), en lo que se refiere a las últimas tendencias en ciencias políticas con la teoría de la inteligencia afectiva, señala que en términos generales la *indignación*, una vez superado el miedo por impulso de la acción colectiva, tiene solo dos posibilidades de transformación, en *ira* (rabia) o en *esperanza* (Castells, 2012). Y nos recuerda que “para que surja resistencia, los sentimientos individuales, como la ira, han de comunicarse a los demás, transformando las solitarias noches de desesperación en días de cólera compartida. Por eso el control de la comunicación y la manipulación de la información ha sido siempre la primera línea de defensa del poderoso para cometer impunemente sus fechorías” (Castells, 2009: 453).

Respecto del *pensamiento único*, cabe señalar, además, que no es otra cosa que la traducción en clave ideológica de los intereses económicos del capital transnacional. Una teoría que ya había sido formulada con ocasión de los acuerdos de Bretton-Woods (EE.UU.) en 1944, que sentaron las bases económicas de la posguerra y su relanzamiento comercial a nivel planetario, para lo que fueron creadas una serie de instituciones internacionales, como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el GATT (Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio), las cuales en teoría dependen de las Naciones Unidas (ONU), empero, responden en realidad a los intereses de los Estados Unidos y de las empresas multinacionales (Judt y Snyder, 2012).

Éste es, más o menos, el modo en que las élites corporativas y gubernamentales, estatuidas en una especie gobierno mundial de facto (el gobierno en la sombra que constituía uno de los credos de Bernays), inciden en nuestra cosmovisión a través de la propaganda medial, que en tanto dispositivo simbólico-informacional (una forma más eficiente y eficaz de control social, al decir del “ingeniero del consentimiento”) es vehiculizado preferentemente a través de los medios de comunicación de masas:

La principal forma de comunicación para cambiar e influenciar la mente de los ciudadanos (...), que funciona en la articulación de prensa escrita, televisión y radio. La prensa escrita genera las primeras ideas e informaciones, no solamente políticas, sino para-políticas, es decir, todas las informaciones que construyen nuestro universo mental aunque no tengan nada que ver directamente con el sistema político. La televisión es el medio que lo difunde masivamente y la radio hace la relación personalizada, poco interactiva, pero con mayor nivel de interactividad (Castells, 2012).

Por lo demás, los medios de comunicación, desde otra perspectiva, son uno de los grupos institucionalizados más importantes en la creación y recreación de simbología cultural (en calidad de socializadores secundarios) y son portadores fundamentales de ideología, por lo que juegan un rol decisivo a la hora de la creación y difusión de las imágenes culturales, por tanto en la fijación y reproducción de las cosmovisiones dominantes (Vallverdú, 1995). En definitiva, dirán Berger y Luckmann (1984) que toda transmisión de significados entraña procedimientos de control social y de legitimación del poder. O sea, esta suerte de poder imperial, representado en última instancia por las potencias mundiales y las grandes corporaciones transnacionales, tiene la facultad de

establecer el “en-marcado” de los acontecimientos⁷⁵ y el orden del día, como la invisibilización de ciertos hechos juzgados como inconvenientes, a pesar de la insistencia de los responsables de los medios de comunicación en “que su forma de seleccionar noticias se basa en criterios objetivos e imparciales y que para ello cuentan con el apoyo de la comunidad intelectual” (Chomsky y Herman, 2005:12). Al respecto, John Pilger⁷⁶ nos recuerda la siguiente anécdota que resulta, a nuestro juicio, muy ilustrativa al respecto:

La BBC comenzó en 1922, justo antes de que la prensa corporativa comenzara en EE.UU. Su fundador fue lord John Reith, quien creía que la imparcialidad y la objetividad constituían la esencia del profesionalismo. Ese mismo año los círculos gobernantes británicos estaban asediados. Los sindicatos habían llamado a una huelga general y los conservadores estaban aterrados ante la posibilidad de que una revolución estuviera en marcha. La nueva BBC vino a rescatarlos. Bajo extremo secreto, lord Reith escribió discursos antisindicales para el primer ministro conservador Stanley Baldwin y los transmitió a la nación, mientras se negaba a permitir que los dirigentes sindicales presentaran su caso hasta que terminó la huelga. Así se estableció un modelo. La imparcialidad era ciertamente un principio: un principio que era suspendido cada vez que los círculos gobernantes se sentían amenazados. Y esa forma de actuar ha sido mantenida desde entonces (Pilger, 2007).

Ahora bien, siguiendo el planteamiento de Chomsky y Herman (2005), tras las bambalinas del sistema imperante y en casi todo el mundo que responde, con sus más y sus menos, al sistema global de medios de comunicación de masas, se establecen cinco filtros que promueven toda esta poderosa y eficiente “maquinaria desinformativa”, que no hace sino, en términos generales, discriminar la información publicable de la que no lo será –con toda seguridad– nunca. Los cuales nos limitaremos solo a enunciar –igual como hiciéramos con el “decálogo” de Smith– dado que por lo demás, prácticamente, hablan por sí solos, y por otro lado, se irán de algún modo desarrollando más adelante en esta exposición a partir de otros contenidos:

⁷⁵En el sentido de lo proyectado en la *Teoría Prospectiva* de Kahneman y Tversky (1979) que básicamente señala, en relación a la toma de decisión, que nuestros comportamientos varían frente a descripciones distintas, pero objetivamente equivalentes. Complementariamente, Castells, siguiendo a George Lakoff, señala por otro lado que “los marcos son redes neuronales de asociación a las que se puede acceder desde el lenguaje a través de conexiones metafóricas. Enmarcar significa activar redes neuronales específicas (...) las estructuras de los marcos no son arbitrarias. Se basan en la experiencia, y surgen de la organización social que define los roles sociales en una cultura y después queda incorporada a los circuitos cerebrales” (Castells, 2009: 197-98). Por último, al respecto señala que “los roles sociales se basan en marcos que existen tanto en el cerebro como en la práctica social” (Castells, 2009: 198).

⁷⁶John Pilger, destacado periodista y documentalista australiano, es autor de importantes documentales como *The War on Democracy* (2007), entre otros. Disponible en: <https://vimeo.com/18359535> Consultado el 28/10/2013.

- La envergadura, la concentración de propiedad y la riqueza del propietario, y la orientación de los beneficios de las empresas dominantes en el ámbito de los medios de comunicación.
- La publicidad como fuente principal de ingresos de dichos medios.
- La dependencia de los medios de la información proporcionada por el gobierno, las empresas y los “expertos”, información, por lo demás, financiada y aprobada por proveedores principales y por otros agentes del poder.
- Las “contramedidas” y correctivos diversos como método para disciplinar a los medios de comunicación.
- El (filtro del) “anticomunismo”⁷⁷ como religión nacional y mecanismo de control (Chomsky y Herman, 2005: 24-80)

Por otra parte, es preciso tener en cuenta que los medios no solo suprimen materialmente gran parte de la información que involucra un hecho noticioso, sino que también actúan restándole exactitud y suficiencia informativa a los mismos. Asimismo, resulta clave a la hora de pensar en cómo se editan las noticias considerar “su ubicación en el medio, el tono con que se trata, las repeticiones, la estructura de análisis bajo la que se presenta, así como los hechos conexos que lo acompañan y le dan significado o impiden su comprensión (Chomsky y Herman, 2005: 19).

Ahora bien, habiendo renunciado a entrar más allá en el tema de los filtros, nos parece fundamental referirnos, en cambio, un poco más en detalle a algunas importantes consideraciones que plantean estos autores sobre el tema en *Guardianes de la libertad*; como por ejemplo, y a riesgo de pecar de obviedad, que “los medios de comunicación harán desaparecer rápidamente aquellas historias que resulten perjudiciales para los grandes intereses, si es que tales historias habían logrado aparecer en algún momento” (Chomsky y Herman, 2005; 71); contrariamente, las noticias (“útiles”) que logran traspasar la prueba de la blancura, por lo general procedentes del *establishment*, y que

⁷⁷Cabe precisar que “el término ‘comunista’ tiene un sentido técnico en los círculos de los estrategas, igual que en los medios y los comentaristas, al referirse a los líderes obreros, los activistas campesinos, quienes trabajan por los derechos humanos, los sacerdotes que leen los evangelios junto a los campesinos y organizan grupos de autoayuda basados en su radical mensaje pacifista, y otros que tienen unas prioridades equivocadas...” (Chomsky, 2010: 39).

obviamente satisfacen las exigencias de los guardianes de libertad (de los grandes intereses) mediante el proceso de la criba y el filtrado, están destinadas a transformarse en “grandes noticias” al ser rápidamente adoptadas por las agencias y grandes medios de comunicación del mundo (Chomsky y Herman, 2005: 71).

A posteriori, el tratamiento de que son objeto tales contenidos noticiosos, que viene dado a partir de orquestadas campañas propagandísticas a cargo del gobierno o de empresas de medios de comunicación, es más o menos el siguiente: “el proceso empezará con una serie de filtraciones, conferencias de prensa y libros blancos del gobierno, etc.” (Chomsky y Herman, 2005: 77); continúa con alguno que otro (tendencioso) artículo replicado en varios medios de comunicación que, en muchos casos si la historia es de interés de determinadas redacciones, puede ser reproducido con determinadas aportaciones y estilos. En síntesis, si el contenido está correctamente presentado en un buen formato e impecable factura, con un estilo seguro y convincente, y habiendo, además, hecho manifiesto el apoyo de personalidades e intelectuales, rápidamente pasa a ser tomado por cierto. En circunstancias de que en muchos casos no acepten ni la más mínima prueba de fiabilidad y verosimilitud (Chomsky y Herman, 2005: 77).

Los medios no solo suspenden sus juicios críticos y su celo investigador, sino que compiten para encontrar nuevas maneras de apoyar la última verdad que se acaba de establecer. Los temas y los hechos, e incluso análisis cuidadosos y bien documentados que son incompatibles con el recién institucionalizado tema, son eliminados e ignorados (...) En resumen, una aproximación a los medios de comunicación desde la propaganda evidencia una sistemática y exagerada dicotomía política en la cobertura informativa, que se basa en su utilidad para los importantes intereses de los poderes domésticos (...) no solo se trata de elecciones en función de la publicidad o comprensibles en términos de ventajas para el sistema, sino que la forma de tratamiento de los materiales favorables o inconvenientes (emplazamiento, tono, contexto, amplitud de tratamiento) se diferencian en una dirección que está al servicio de los fines políticos (Chomsky y Herman, 2005: 77-78-80).

Otro de los aportes fundamentales en materia de desinformación corre por cuenta del periodista de investigación Pascual Serrano, quien en su libro titulado, precisamente, *Desinformación* (2009), también aborda el tema desde la perspectiva de la estructura de funcionamientos del modelo desinformativo español, a través de un exhaustivo y documentado repaso a los contenidos de los diferentes medios de comunicación de referencia, y a partir de un conjunto de importantes aportaciones teóricas. En este texto Serrano pasa revista, teniendo como telón de fondo los principales acontecimientos

noticiosos a nivel mundial, a cuestiones relativas a la selección de la información, si ocurre o no lo que nos cuentan, la carencia de contextualización y antecedentes de los diferentes contenidos noticiosos, las retóricas y formatos empleados en la presentación de la noticia, etcétera.

Concluyendo con una de las tesis centrales del libro que Ignacio Ramonet, responsable del prólogo de la edición, se encarga de relevar señalando que “la comunicación, tal como la conciben los medios dominantes en prensa, radio, televisión e internet, **tiene como función principal convencer al conjunto de las poblaciones de su adhesión a las ideas de las clases dominantes. Y de votar por aquellas o aquellos que están dispuestos a llevarlas a la práctica**” (Ramonet, 2010: 11; el subrayado es nuestro). O sea, estamos hablando lisa y llanamente de la fabricación de la opinión pública que “siempre ha sido un objetivo de los que gobiernan, quienes detentan el poder”, pues “si uno domina la creación de la opinión pública, uno domina las bases sobre las cuales se toman las decisiones de los ciudadanos en una sociedad democrática” (Mateos, 2009)⁷⁸.

Ramonet, en el mencionado prólogo del libro de Serrano, se hace cargo de destacar, además, uno de los aspectos más interesantes a nuestro juicio de este libro, a saber, ponerle cara y ojos a la nueva forma que adquiere la *desinformación*, la que a ratos adquiere preocupantes rasgos de dictadura mediática, y respecto de la cual existe eventualmente, cada vez más, una creciente inquietud ciudadana. La que, aunque nos parezca extraño, no es necesariamente una práctica exclusiva de regímenes antidemocráticos y dictatoriales, sino que muy por el contrario está presente y, de manera muy especial, en nuestras “democracias” (representativas, liberales occidentales) porque “la censura es lo más propio del poder, de todo poder” (Serrano, 2010: 12) y, principalmente, porque se trata de una censura de nuevo cuño que no opera por “omisión” sino también, paradójicamente, por “saturación”. Así explicita este aspecto de la *desinformación* Ignacio Ramonet en el citado prólogo del texto de Serrano, *Desinformación* (2010):

La censura ya no funciona por restricción, o por amputación, o por supresión, como lo hace en países donde se mata o se encarcela a los periodistas o se cierra un periódico, o se cortan las noticias, etc. En las grandes democracias desarrolladas,

⁷⁸Traducción propia. Cita original en inglés: “Has always been a goal of those who govern, those who hold power. If one masters the creation of public opinion, one masters the basis on which decisions are made by citizens in a democratic society”.

salvo bochornosas excepciones, eso prácticamente ya no ocurre. Lo que sí ocurre es que hay mucha información que no circula, porque hay sobreinformación. Hay tanta, que la misma información nos impide (...) acceder a la información que nos interesa (...) Es decir que, en democracia, la censura funciona por asfixia, por atragantamiento, por atasco. Nos ofrecen tanta información y consumimos tantos informativos, que ya no nos damos cuenta de que alguna (precisamente la que más me haría falta) no está. La ocultación y la disimulación, en esa masa de información que se consume, son las formas de la censura de hoy. Y esta “censura invisible” es la que practican los grandes grupos mediáticos y los gobiernos. En total impunidad. Estamos pues en una situación en la que creemos que, por el hecho de tener más información, tenemos más libertad; cuando en realidad, si analizamos bien, tenemos tan escasa información como en otros momentos (Ramonet, 2010: 12).

Asimismo, Ramonet destaca en este interesante prólogo, haciendo el correspondiente parangón, que con la información está sucediendo idénticamente lo mismo que con la alimentación: “Antes había poca información, ahora la información es excesiva; pero esta información está contaminada con mucha mentira, con mucha falsedad, con mucha ocultación, etc.” (Ramonet, 2010: 14). O sea, y siguiendo con el símil alimentario, diremos que “la secuencia genética de la realidad que nos muestran los informativos de televisión está modificada. Se reduce cada vez a la versión del poder, programada e interesada. Y cada vez tenemos acceso a más datos que lo evidencian” (Mateos, 2008). Por lo demás, es en virtud de lo cual que “los medios explican el mundo, enfocan los conflictos desde la miopía de Occidente, dividen a los gobiernos entre buenos y malos según sus intereses e intentan anclar los principios del statu quo dominante” (Serrano, 2010: 16).

En este sentido Zygmunt Bauman, citando al propio Ignacio Ramonet, nos recuerda que en los últimos “treinta años, en el mundo se ha producido más información que durante los 5 mil años anteriores” mientras que “un solo ejemplar de la edición dominical del *New York Times* contiene más información que la que una persona culta del siglo XIX consumía durante toda su vida” (Bauman, 2007: 61). De modo tal que efectivamente concluye, citando a Eriksen (2001), que “hay demasiada información dando vueltas” y que “en la sociedad de la información, es crucial la capacidad de protegerse de ese 99,99% de datos que uno no desea” (Bauman, 2007: 62). “Podemos decir que la frontera que separa los mensajes relevantes (objetivo ostensible de la comunicación) del ruido de fondo (su declarado adversario y obstáculo más empecinado) es absolutamente borrosa” (Bauman, 2007: 62).

En vez de ordenar el conocimiento en prolijas hileras, la sociedad de la información ofrece cascadas de signos descontextualizados más o menos conectados entre sí [...]. Por decirlo de otra manera: cuando una creciente masa de información es distribuida con una velocidad también creciente, se hace cada vez más difícil generar relatos, órdenes, secuencias de desarrollo. Los fragmentos amenazan con convertirse en la norma. Y esto tiene consecuencias directas en nuestras maneras de relacionarnos con el conocimiento, el trabajo, y nuestro estilo de vida en un sentido amplio (Eriksen, 2001: 109 y 110, en Bauman, 2007: 64).

En este sentido cobra más vigencia que nunca el famoso histórico eslogan de *The New York Times*, “todas las noticias que procede imprimir”(...); al mismo tiempo que sería una buena idea que, de cuando en cuando, como una obligación de los periodistas, se arrumbase los hechos y opiniones publicadas y se pusieran en primer plano lo que no se publica, como en esos famosos dibujos empleados en la psicología de la percepción que ilustran la relación entre la figura y el fondo (...) Entonces los periodistas no se engañarían sobre los efectos de su profesión con los argumentos de que ‘lo que he escrito es realmente cierto’ y el ‘público lo encontró interesante’” (Noelle-Neumann, 1995: 195). Un buen ejemplo representa en esta dirección el *Project Censored*⁷⁹, un portal web (también en castellano como “Proyecto censurado”) noticioso de contenidos virtualmente censurados, ocultados o invisibilizados en los grandes medios de comunicación, los que en muchas ocasiones han terminado, catastróficamente, pautando sus propias portadas y titulares.

Precisamente, porque para Noelle-Neumann (1995) lo más importante a la hora de influir en el público radica, por sobre las editoriales y la opinión inclusive, en el tipo de selección/edición que se realiza de los contenidos noticiosos, el tipo de noticias que se van a publicar, en detrimento de otros acontecimientos y personajes que serán excluidos, y por qué motivo. En este aspecto, esta destacada analista alemana coincide con el planteamiento positivista, el que en términos generales al negar la posibilidad de conocer las realidades metafísicas, plantea que la realidad es susceptible de ser manejada por el hombre a su voluntad. Un tema no menor, si tenemos en cuenta que nuestra noción de realidad y de sociedad, según Berger y Luckmann (1984), depende/existe en la medida en que tengamos conciencia de ellas, una conciencia que por lo demás ha sido socialmente estructurada/determinada y que se funda en el diálogo

⁷⁹Se trata de un portal web dirigido por el doctor en sociología Peter Martin Phillips, profesor de la Universidad Sonoma State de California, en el cual se publica, fundamentalmente, el listado de las noticias censuradas por los medios corporativos estadounidenses. Consultable en: <http://www.projectcensored.org>. Consultado el 20/05/1013.

y en el comunicación, que representan en definitiva el vehículo del sostenimiento de la realidad social.

A propósito de lo anterior, otro aporte significativo al tema de la *desinformación* proviene de la psicóloga Ángeles Díez, coautora con Rubido, Aparici y Tucho del citado libro *Manipulación y medios en la sociedad de la información* (2008), quien señala que al sistema dominante no le hace falta la manipulación, pues ya que tiene suficiente con ese recorte de realidad ofrecido como verdad única a la gente. Un hecho que se ve agravado por la eventual desaparición de espacios de interacción social, de forma tal que el ciudadano se encuentra solo y enclaustrado, inerme y sin alternativas efectivas y reales frente a los medios de comunicación de masas. Asimismo, Díaz establece que los procedimientos mediante los cuales se concreta el poder simbólico de los medios, es decir, cómo es que tienen acceso a las mentes de los “otros” mediante el discurso, se reducen a la *comprensión*, el *conocimiento* y las *actitudes e ideologías*.

Procedimiento que puede ser explicado de la siguiente manera: la *comprensión* se refiere a una competencia del receptor, principalmente relativa a las materias periodísticas en relación al mundo, al tema de las fuentes, etc. y desde qué *modelos* (representación mental de una experiencia, pues comprender una noticia significa construir un modelo mental sobre los acontecimientos a los que se refiere una información; su símil es el programa de ordenador) son enfrentados los contenidos noticiosos. Todo ello en la perspectiva de construir un determinado *conocimiento* (los medios mediante los cuales se accede a los hechos pueden restringir la información y así limitar la comprensión cabal de las noticias) a partir de determinadas *actitudes e ideologías* (Díez, Rubido, Aparici y Tucho, 2008).

Por lo que, siguiendo nuevamente a Ramonet, podemos afirmar que vivimos en un estado de angustia (e inseguridad) informativa, un estado generado, por un lado, a causa de la desinformación de que son objeto los contenidos y el hecho de sentirnos habitando un mundo hipermediatizado, por otro. O sea, “la información prolifera, pero sin ninguna garantía de fiabilidad. Asistimos al triunfo del periodismo de especulación y de espectáculo, en detrimento del periodismo de información. La puesta en escena (el embalaje) predomina sobre la verificación de los hechos” (Ramonet, 2005). Afortunadamente –según él– la ciudadanía tiene cada vez más conciencia de este hecho, lo cual nos permite mirar el futuro con cierto optimismo, por el simple hecho de que al

estar toda la información en Internet (alrededor del 97%) y de que estemos viviendo en estado de autonomía comunicativa, necesariamente habrá como correlato un público muy activo, tanto que no solo consume y procesa información sino que además la produce (RTVE.es, 2013).

Al respecto, cabría señalar que “cuanto más tarda el público en romper los marcos de la desinformación, más destrucción y dolor causan las acciones de las élites mistificadoras ‘cuando la prensa falla’” (Bennet, Lawrence y Livingston, 2007, en Castells, 2009: 256). Asimismo, el desaparecido periodista y escritor polaco Ryszard Kapuscinsky plantea, para ilustrar toda la desinformación, la censura hoy maquillada por la manipulación, que antes en su país “los gobiernos impedían la difusión de determinadas noticias, ahora, mediante los silenciamientos, la frivolidad, el desvío de la atención a asuntos menores, la marginalización de intelectuales díscolos e incluso las mentiras, el panorama de desinformación de la misma víctima –el ciudadano de a pie– no ha mejorado” (citado en Serrano, 2009: 20).

Es indudable que los efectos inmediatos y más visibles de este poco auspicioso panorama mediático tienen que ver, según Ramonet, con la desubstancialización del sistema, el eventual vaciamiento de (contenido y) sentido de la “democracia” en pos de la llamada “dictadura por elección”, a partir de que sus instrumentos ya no son representativos ni del cambio social ni de la soberanía popular, sino que son instrumentos del “poder puro y duro” (RTV.es, 2013). No por nada Chomsky ha dicho que “en nuestras democracias, un presidente es un producto del sistema de construcción mediática de candidatos” (citado en Serrano, 2009: 13). De hecho “cuando uno examina detenidamente la economía política de las industrias contemporáneas de los medios y la comunicación global, podemos dejar a un lado mucha de la mitología y exageración que rodea a nuestra época y obtener la base para una visión mucho más escéptica del sesgo que está tomando la democracia en el mundo actual (McChesney, 2000: 233).

Por último, Serrano (2009) siguiendo a Ignacio Ramonet, una vez más, establece cuáles son a su juicio las verdaderas razones que subyacen a esta eventual crisis (des) informativa que afecta a los medios de comunicación, a partir del excesivo control de los grupos de accionistas sobre las líneas editoriales y de la, también, excesiva dependencia de la publicidad: los medios lo que efectivamente “venden” es publicidad y no información o, dicho de otro modo, venden nichos específicos de

audiencias/consumidores a los grandes anunciantes. Éste, y no otro, sería el gran negocio que procede de los medios de comunicación y donde radica en verdad en quid del asunto. Al respecto Concha Mateos (2009) señala:

En nuestro mundo desarrollado la esclavitud está prohibida, no se puede vender y comprar a la gente. Sin embargo, esto sólo es cierto si usted vende una persona en su totalidad, como un todo individual. Pero, si usted vende una parte o característica de una persona, no hay problema, se permite el negocio. La atención de una persona es algo que les pertenece intrínsecamente, es algo que forma parte de su derecho de nacimiento. El mercado de los medios de comunicación, especialmente la publicidad, es el mercado de la atención: se vende la atención global. Este mercado opera a través de una expropiación masiva de los activos privados de miles de espectadores "público". En el mundo desarrollado, hay empresarios que se enriquecen con la venta del producto de esta expropiación: ocupan la atención de la gente, la venden, obtienen beneficios y no pagan nada a los dueños de la mercancía. ¡Fantástico! Para ellos⁸⁰.

En esta misma dirección va el planteamiento de Gilles Deleuze (1996), cuando da cuenta de la transmutación de la crisis (sostiene que estamos frente a una crisis generalizada de todos los lugares de encierro) y las nuevas modalidades de los sistemas de control social (la *noopolítica*⁸¹, control a partir de las redes tecnológicas audiovisuales, el marketing y la constitución de la opinión pública), que eventualmente se expanden a través de la espacialidad pública; por lo que las prácticas emergentes de gestión del control social ya no consisten en encerrar y programar la multiplicidad, sino en modular sus actuaciones en un espacio abierto. Por ejemplo, señala al marketing, constituido como modelo de estas nuevas formas de control social, como una forma de localización rápida que organiza y discrimina constantemente en función de los estilos de vida y de los consumos. "El hombre ya no es el hombre encerrado, sino el hombre endeudado" (Deleuze, 1996: 284). En este mismo sentido Armand Mattelart nos trae a colación otro aporte del filósofo posestructuralista francés Gilles Deleuze, cuando respecto de la sociedad de control señala que está calcada del modelo de la fábrica

⁸⁰Traducción propia. Cita original en inglés: "In our developed world slavery is prohibited, you can't sell and buy people. However, this is only true if you sell a whole person, as an individual whole. But, if you sell a part or characteristic of a person, no problem, it allows the business. The attention of a person is something inherently theirs, is something that is part of their birthright. The market for media, especially advertising, is the care market: global attention is sold. The market operates through a massive expropriation of private assets of thousands of spectators "public". In the developed world, there are entrepreneurs who get rich by selling the product of this expropriation: they take care of people, sell it, make profits and pay nothing to the owners of the goods. Fantastic! For them".

⁸¹ El concepto *noopolítica* viene de *noos*, o *noûs*, que en Aristóteles se refiere a lo más cercano al alma o al intelecto; por otro lado alude al nombre de un proveedor de acceso a Internet, que es precisamente de donde Mauricio Lazzarato lo adapta para dar cuenta del conjunto de las nuevas técnicas de control (Lazzarato, 2006).

postfordista; postula que, además, es coherente con el régimen de las nuevas tecnologías de la información, además de elaborar, siguiendo a William S. Burroughs, el concepto en su obra *Pourparlers* (Deleuze, 1990):

Es evidente que puede buscarse siempre la correspondencia entre un tipo de sociedad y un tipo de máquina: las máquinas simples o dinámicas de las sociedades de soberanía, las máquinas energéticas de las sociedades disciplinarias, las máquinas cibernéticas y los ordenadores de las sociedades de control. Pero las máquinas no explican nada, es preciso analizar los dispositivos colectivos de enunciación de los cuales las máquinas no son más que una parte (Castro, 2006).

Zygmunt Bauman, por su parte, nos recuerda que en entornos desregulados y privatizados centrados en las preocupaciones y los objetivos de los consumidores – citando a Pierre Bourdieu– “hace dos décadas, la coerción ha sido ampliamente reemplazada por la estimulación; los patrones de conducta obligatorios, por la seducción; la vigilancia de comportamiento, por las relaciones públicas y la publicidad, y la regulación normativa, por el surgimiento de nuevos deseos y necesidades” (Bauman, 2007: 124). En efecto, tenemos que el sistema global de medios de comunicación se ha transformado en la correa de transmisión imprescindible para la comercialización de artículos y productos en todo el mundo. Tanto es así que la globalización no existiría sin ella (McChesney, 2002: 239). Ello, principalmente, dado el rol neurálgico que juega en la economía capitalista neoliberal la publicidad. Un dato revelador al respecto señala que un enorme porcentaje de publicidad que se realiza va a parar a las arcas de tan solo veinte empresas de medios de comunicación (McChesney, 2002: 239); y que quienes controlan este enorme negocio “de más de 350 millardos de dólares son cinco o seis súper agencias publicitarias que han surgido en la última década para dominar totalmente el comercio global. La consolidación de la industria publicitaria global es tan acusada como la de los medios globales de comunicación, y ambas están relacionadas” (McChesney, 2002: 239).

Al mismo tiempo y complejizando un poco las cosas, Mattelart en este sentido trae a colación una descripción exhaustiva que hace Jean Baudrillard de los medios de comunicación, en su réplica a Enzensberger, *Réquiem por los medios de comunicación*, en uno de los capítulos de su obra *Pour une critique de l'économie politique du signe* (1972). Acá, Baudrillard plantea que no solo la práctica revolucionaria, pretendida por Enzensberger, “puede despejar la virtualidad de intercambio democrático integrada en los medios de comunicación, hoy confiscados y pervertidos por un orden dominante”

(Armand y Michèle Mattelart, 1998: 73). Ya que, fundamentalmente, los medios de comunicación “inducen una relación social, y esa relación no es de explotación; es de abstracción, de separación, de abolición del intercambio” (Mattelart, 1998: 73). No son “revolucionarios por destino, sino que ni siquiera tienen la posibilidad de ser neutros o no ideológicos (el fantasma de su estatus ‘técnico’ o de su ‘valor social de uso’)” (Mattelart, 1998: 73). Por cual, lo que les caracteriza es que “son antimedidores, intransitivos, que fabrican no-comunicación (si se acepta definir la comunicación como un intercambio, como el espacio recíproco de una palabra o de una respuesta, por tanto de una responsabilidad) y no una responsabilidad psicológica y moral, sino una correlación personal de uno a otro en el intercambio; y lo que prohíbe para siempre la respuesta, lo que hace imposible todo proceso de intercambio (salvo bajo formas de simulación de respuesta, a su vez integradas en el proceso de emisión, lo que no cambia en absoluto la unilateralidad de la comunicación). Ésta es su verdadera abstracción. Y en esta abstracción se basa el sistema de control social del poder” (Mattelart, 1998: 73).

Luego de lo cual, resulta completamente razonable y comprensible preguntarse: ¿cómo es posible que hayamos llegado hasta este punto? A lo menos existirían tres causas fundamentales que nos ayudan a explicar esta situación. La primera tiene que ver con los avances espectaculares producidos en materia de tecnología; en segundo orden, se sitúa el paso al neoliberalismo (globalización); y, en tercer lugar –acaso de las cuestiones determinantes– la total relajación o eliminación absoluta de todo tipo barreras para su explotación, o sea, desregulación, liberalización y privatización. Y éstas últimas, qué duda cabe, no responden a otra cosa que a decisiones políticas adoptadas por nuestros gobernantes (McChesney, 2002).

En efecto, es cosa de revisar –para muestra un botón– lo ocurrido en los últimos años en España bajo la administración socialista de Rodríguez Zapatero en España⁸² y corroborar cómo la desregulación, la liberalización, la privatización y la concentración están virtualmente estrangulando el sector público de medios de comunicación (Mateos, 2010). Ahí están como testimonio de ello, por un lado, los Decretos Reales de febrero y agosto de 2009, en virtud de los cuales fueron prácticamente derribadas todas las barreras antimonopolios y se prohibió la publicidad en el servicio estatal,

⁸²Cabe recordar que el entonces presidente del gobierno español, Rodríguez Zapatero, accedió al poder el 2004 precedido de la promesa programática de reformar el servicio público y el sistema audiovisual, para lo cual incluso llegó a designar un “comité de sabios” (Díez, 2004). Todo lo cual quedó finalmente en agua de borrajas.

respectivamente; y, por otro lado, la Ley General de la Comunicación Audiovisual de abril de 2010, considerada un verdadero “tiro de gracia” al servicio público en esta materia, pues consagra literalmente el carácter económico de la comunicación (mercancía) por sobre su calidad de derecho (fundamental de la ciudadanía democrática) (Mateos, 2010; Zallo, 2010). Prueba de ello es el preámbulo del mencionado texto legal que, por lo demás, representa una verdadera declaración de principios en este sentido, y que en uno de sus pasajes centrales destaca que **“la industria audiovisual se ha convertido en los últimos años en un sector cada vez con mayor peso y trascendencia para la economía”**⁸³ (el destacado es nuestro).

Con lo anterior se ha pretendido demostrar fehacientemente que la mercantilización de la información y la comunicación es una de sus características fundamentales en una sociedad capitalista (McChesney, 2004a), una realidad cuya significación de algún modo queda ilustrada perfectamente a nuestro entender en las siguientes palabras de Kapuscinski: “Desde que está considerada como una mercancía, la información ha dejado de verse sometida a los criterios tradicionales de verificación, la autenticidad o el error. Ahora se rige por las leyes del mercado” (Kapuscinski, 1999). Y, por si fuera poco, tenemos el hecho de que “la parcialidad, la falta de objetividad, las manipulaciones o simplificaciones, las imposturas, no cesan de aumentar. Sabemos que no ha existido ninguna época dorada de la información, pero actualmente esas derivas han alcanzado también a los medios de calidad” (Ramonet, 2005).

Ahora bien, más allá de la gravedad que reviste (para cualquier democracia que se precie de tal) el no poder contar con una ciudadanía informada de manera oportuna y veraz a partir de contenidos de calidad, al respecto la periodista estadounidense Amy Goodman señala que se está socavando el poder que representa una ciudadanía realmente informada a la hora de la toma de decisión (Tremblay, 2012); se advierte, claramente, que están siendo vulnerados derechos fundamentales de las personas (Meyssan, 2008) consagrados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), y, específicamente, para el caso español, estamos hablando, además, de la vulneración de un derecho constitucional consagrado por la carta fundamental de este

⁸³ Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. BOE, 1 de abril de 2010. Consultable en: <http://boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf>. Consultado el 18/05/2013.

país (Art. 20 letra b, de la Sección I, de los Derechos Fundamentales y de las Libertades Públicas).

La primera constitución española (1978) que consagra el derecho de los ciudadanos a recibir una “información veraz”, para no hablar de la Primera enmienda de la Constitución estadounidense y/o de la Declaración de principios sobre la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA)⁸⁴, que van en idéntica dirección. En esta misma dirección, otro tanto representa el hecho de que la Relatoría de Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, en su informe anual de 2004, junto con reiterar que “la libertad de expresión y el acceso a la información son fundamentales para las democracias”, señala que “el Estado tiene la obligación de garantizar por medio de la ley la pluralidad en la propiedad de los medios, por cuanto los monopolios y oligopolios ‘conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho de la libertad de información de los Ciudadanos’”.

De tal modo que “el derecho de la competencia en muchas ocasiones puede resultar insuficiente, particularmente en cuanto a la asignación de frecuencias radioeléctricas. No se impide entonces la existencia de un marco regulatorio anti monopolístico que incluya normas que garanticen la pluralidad atendiendo a la especial naturaleza de la libertad de expresión”⁸⁵. Asimismo, la Unesco, en sus “Indicadores de pluralismo y diversidad” de 2008 concluye que los peligros que representan para las democracias los monopolios y los oligopolios no se reducen a la defensa de la competencia, pues al verse comprometida la libertad de expresión “los Estados deben seguir cuatro reglas: rechazar pedidos de licencias de quienes ya tenían otras, rechazar pedidos de fusión de quienes tienen más de una licencia, adoptar reglas de desinversión, y sancionar en caso de incumplimiento”⁸⁶.

De hecho, una rápida revisión al importante articulado de la constitución hispana nos permite advertir que la vulneración de derechos es más grave que lo que respecta al tema de la información y a la censura, al verse ostensiblemente vulnerado otro importantísimo aspecto, también relativo a estos derechos fundamentales: el derecho a

⁸⁴ Consultable en: <http://www.cidh.org/Basicos/Basicos13.htm>. Consultado el 2/03/2013

⁸⁵ Consultable en: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=459&IID=2>. Consultado el 11/07/2013.

⁸⁶ Consultable en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf>. Consultado el 11/7/2013 de julio de 2013.

al acceso –por no hablar de control– a los medios de comunicación, por lo menos en lo que respecta a los grupos sociales o sociedad organizada. Al respecto Van Dijk señala que “el acceso de las minorías a los medios de comunicación masiva es una condición básica para la participación en la definición pública de su situación” (Van Dijk, 2009: 133); por lo que “la falta de acceso a los medios de las minorías es una de las propiedades más notables de la dominación simbólica de las élites blancas” (Van Dijk, 2009: 133).

Ahora bien, frente a todo lo anterior cabría, también, preguntarse: ¿cómo es que estando claro el diagnóstico que habla respecto de los peligros que encierra todo este tema para la propia democracia –incluso a nivel ciudadano–, se haga poco o nada por parte de los estados y de algunos sectores involucrados –los más comprometidos– por cambiar el estado de la cuestión? En principio, la respuesta está más o menos clara. En cierto modo, tenemos que el sistema se blindo y protege frente a cualquier amago de ofensiva en esa dirección. Al respecto, Robert W. McChesney habla de la existencia de ciertos filtros que, precisamente, prodigan y protegen el actual estatus quo comunicacional:

1) los medios de comunicación en realidad no importan, ya que sólo reflejan la realidad, no le dan forma, 2) la fórmula de negocio comercial es el sistema natural, está estipulado por los padres fundadores, y es una consecuencia lógica y coherente del sistema democrático; 3) el debate sobre la política de medios de comunicación ha reflejado lo que el público piensa y le preocupa, y 4) los medios de comunicación comerciales son los que garantizan la calidad del periodismo profesional, 5) el periodismo de EE.UU. sigue siendo en gran medida progresista y de izquierdas, y 6) la fórmula comercial, más que cualquier otra fórmula, garantiza que los espectadores reciben lo que quieren; 7) la tecnología determina la naturaleza de los medios de comunicación, y 8) no hay alternativas que puedan mejorar la situación (McChesney, 2004 a; McChesney, 2004b)⁸⁷.

Por último, luego de este rápido repaso a la estructura de funcionamiento del modelo desinformativo, habría que agregar algunas otras cuestiones más específicas para terminar de hacernos una idea más o menos completa sobre el “estado de la situación”, como diría Foucault. Por ejemplo, interrogarnos un poco más respecto de cómo es que

⁸⁷Traducción propia. Cita original en inglés: “1) *the media does not really matter because they only reflect reality, they do not shape it*; 2) *the commercial business formula is the natural system, is stipulated by the founding fathers, and is a logical and coherent consequence of the democratic system*; 3) *the debate over media policy has reflected what the public thinks and cares about*; 4) *the commercial media are the ones that ensure quality professional journalism*; 5) *US journalism still remains largely progressive and left-wing*; 6) *the commercial formula, more than any other formula, guarantees that audiences receive what they want*; 7) *technology determines the nature of the media*; and 8) *there are no alternatives that can improve the situation*”.

se seleccionan las noticias –qué se edita y qué no– y en virtud de qué y con qué criterios, más allá de los tópicos y los estereotipos, como de lo ya dicho. Un tema no menor, si hemos de tener en cuenta el dato que señala que como promedio a las redacciones de los grandes medios arriban alrededor de 4.000 noticias diariamente (Serrano, 2010: 25) y que se estima “que por término medio los periódicos rechazan más del 75% de las informaciones que podrían ser objeto de artículos y que nunca aparecen en las páginas de los diarios. Los programas de difusión de ámbito nacional, como son los telediarios de las cadenas televisivas, rechazan un porcentaje de noticias probablemente mucho más alto (...) Esa criba de las noticias es el comienzo de la propaganda” (Pratkanis y Aronson, 1994: 304), o sea, en uno de sus aspectos y que se refiere a la *desinformación*. Parafraseando a Chomsky diremos que se trata de un tema que atañe directamente a los “guardianes de la libertad”.

2.2.3. LOS GUARDIANES DE LA VERDAD

Si los medios de comunicación de un país democrático están enfermos, no puede decirse entonces que ese país goza de buena salud (...). En una democracia, la función principal de la prensa es revelar los abusos de poder por parte del gobierno. Debido al impacto causado por los sucesos del 11 de septiembre de 2001, al patriotismo ciego, a la influencia de los conservadores, y lo que es más importante aún, debido al deseo de satisfacer las expectativas de los accionistas, los medios norteamericanos de comunicación han dejado de encarnar el cuarto poder.

Claude-Jean Bertrand (2005)

Una problemática clave respecto del modelo desinformativo nos lleva a interrogarnos respecto de quiénes son los grandes responsables de la emisión mundial de noticias y, cómo y en virtud de qué se hace una selección noticiosa de entre esa verdadera avalancha para ser publicada y distribuida en las diferentes redacciones de los medios de comunicación del mundo. Al respecto, diremos en lo que corresponde a la primera parte de la interrogante, y como para despejar dudas e instalar no pocas angustias, solo bastaría con señalar que hoy por hoy el 80 por ciento de las noticias que circulan en el mundo son emitidas por tan solo cuatro agencias informativas internacionales: Associated Press (AP), United Press International (UPI), Reuters y Agencia France

Presse (AFP)⁸⁸ (Serrano, 2010: 28). Y que en buena medida son éstas las encargadas del establecimiento del orden del día proporcionando la mayor parte del contenido informativo que se consume en el mundo entero. Pues, como sabemos en gran medida y en un porcentaje bastante significativo los medios locales se limitan, en muchos casos, a replicar los contenidos de tales agencias informativas (Serrano, 2010: 28).

Cabe señalar, además, que las dos primeras son propiedad de capitales estadounidenses (AP y UPI), la tercera británica y la última, que además es la más antigua de todas (1835), obviamente como su nombre lo indica, es francesa. O sea, tienen sus orígenes en cuatro de las grandes potencias mundiales⁸⁹. Un cuadro susceptible de complejizar más aún si tenemos en cuenta otro dato relevante consignado en el año 2000 que señala que el mercado global de las comunicaciones y la industria cultural en muy poco tiempo –no más de quince años– fue controlado por un puñado de corporaciones transnacionales, tales como: General Electric (propietario de NBC), AT&T/Liberty Media, AOL-Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi y Bertelsmann (McChesney, 2002: 235). Cabe destacar que por lo demás ninguna de ellas, antes de esos quince años, existía a lo menos como compañía de medios de comunicación; y, más aún, figuraban hasta el año 2000 entre las doscientas mayores empresas no financieras del mundo y “cuya auténtica fuerza motriz ha sido el paso al neoliberalismo” (McChesney, 2002: 237). Otro detalle importante es que tan solo cinco de ellas son estadounidenses, no obstante todas ellas gestionan una parte esencial de su negocio (su capital) desde los Estados Unidos (McChesney, 2002: 237). En el caso español teníamos por entonces tres grandes grupos multimedia, a saber, PRISA, Zeta y Correo, que aglutinaban gran parte de la actividad del sector (Díez, Rubido, Aparici y Tucho, 2008). Hoy en día los dos más grandes consorcios hispanos son PRISA y Planeta, especialmente por su alcance internacional (Serrano, 2010).

Estas corporaciones, a idéntica fecha, eran propietarias de “los principales estudios cinematográficos de Estados Unidos; de las redes de televisión estadounidenses; del 80-85 por ciento del mercado musical global; de la mayor parte de la red mundial de radiotelevisión por satélite; de todos o de la mayor parte de los sistemas de

⁸⁸Agencias que junto a las “mayoristas de imágenes”, Reuters TV y APTN, conforman un potente oligopolio mundial (Marthoz, 2007).

⁸⁹Tanto UPI (United Press International) como AP (Associated Press) en los sesenta-setenta tenían un verdadero monopolio noticioso con el control del 79,9% de las noticias destinadas a América Latina, las que por entonces en Santiago de Chile eran principalmente reproducidas por uno de los más importantes diarios de este país sudamericano, el diario *El Mercurio* (Uribe, 1971).

radiotelevisión por cable; de un porcentaje significativo de la edición de libros y revistas comerciales; de la totalidad o la mayoría de los canales comerciales de televisión por cable de los Estados Unidos y del mundo; de una parte significativa de la televisión terrestre europea, etcétera, etcétera” (McChesney, 2002: 235-236).

Ahora bien, en relación a la segunda parte de esta interrogante, es decir, respecto de cómo y en virtud de qué se selecciona el contenido editable de esa verdadera avalancha noticiosa para ser publicado y distribuido en las diferentes redacciones de los diferentes medios de comunicación de masas, cabrían respuestas que de suyo encierran un cúmulo de motivaciones diversas en contenido y calibre, que van desde las más perversas hasta las más inocentes y comprensibles razones, pasando por aquellas relativas a cuestiones en apariencia triviales de limitaciones de espacio y tiempo. No obstante, primeramente habría que señalar que un editor nunca perderá de vista que lo que se publica no puede ir contra los intereses que representa (ideología) y, muy especialmente, debe ir en la perspectiva de la captura de las audiencias, por lo que ha de tener en cuenta siempre, por sobre cualquier otra consideración, el fuerte componente “entretención” del fenómeno noticioso (Pratkanis y Aronson, 1994: 307). Por lo general en las llamadas democracias (liberal-representativas) y bajo un sistema neoliberal, la selección de noticias involucra algunos mecanismos que van más allá de la simple censura de tipo clásico o ideológica. Por ejemplo, el equilibrio del cual se debe hacer gala a la hora de escribir sobre un tema determinado en la perspectiva de obtener algo de lo cual depende la sobrevivencia misma del medio: la capacidad de la noticia de captar la atención del público. Dicho de otro modo, tener la habilidad para sortear el complejo escollo de los (altos) índices de audiencia; al margen de la especial consideración que deben manifestar los periodistas a la hora de elaborar el contenido, respecto de las opiniones y sugerencias de los anunciantes y grupos políticos (Pratkanis y Aronson, 1994: 307).

Cabría señalar, además, que la primera motivación de un receptor frente a los medios de comunicación es indiscutiblemente la entretención, el pasarlo bien por sobre cualquier otra consideración, incluida, claro está, la imperiosa necesidad de estar informado. Muy probablemente por causa de nuestro insaciable apetito de morbo y espectáculo (Pratkanis y Aronson, 1994). “Por decirlo en palabras del director de la BBC, ‘los informativos de televisión no son más que un pasatiempo como cualquier otro’” (Pratkanis y Aronson, 1994: 307). O sea, que vemos lo que vemos no necesariamente por causa de la perversa manipulación de que son eventualmente objeto

los contenidos por parte de los responsables o dueños de los medios, sino principalmente porque se busca la entretención y la distracción del espectador. Un pretexto con el cual, obviamente, “pueden influir sin darse cuenta en nuestras opiniones y percepciones respecto del mundo en que vivimos”. Por ejemplo, “la gente que ve asiduamente la televisión tiende a tener una imagen del mundo mucho más violenta que los ciudadanos poco aficionados a sentarse ante la pequeña pantalla” (Pratkanis y Aronson, 1994: 308). Ello, porque los telediarios tienden a concentrarse en el comportamiento violento de los sujetos, dado que la acción violenta particularmente resulta más atractiva que otras de corte sereno, tranquilo y ordenado (Pratkanis y Aronson, 1994: 308).

Al respecto, es preciso recordar, nuevamente, un par de las ideas Walter Lippmann, quien ya en 1922 creía que las imágenes, en referencia al cine y a lo que posteriormente serán las representaciones de la TV, influyen directamente en lo que dice y hace la gente (Pratkanis y Aronson, 1994: 80). Ideas que, siete décadas más tarde, el equipo liderado por George Gerbner (autor de la teoría del cultivo) en uno de los estudios sobre televisión más amplios realizados hasta la fecha en los Estados Unidos, se encargaría de corroborar arribando a dos importantes conclusiones: que el mundo presentado en la TV constituye una representación totalmente errónea de la realidad y que, en términos generales, en gran medida consideramos lo que vemos en la TV como reflejo (fiel) de la realidad (Gerbner et al, en Hillsdate y Eribaum, 1986: 17-40).

En definitiva, se trata de importantes hallazgos a partir de ciertas correlaciones y de determinadas asociaciones –no de una relación causal– que se establecen entre nuestra conducta social, nuestros pensamientos y creencias y el acto de ver la TV. Ahora, al preguntarnos por qué las imágenes de TV son tan convincentes la respuesta es muy simple, porque rara vez nos cuestionamos la imagen que se nos presenta, por lo que “casi siempre damos por supuesto que las imágenes que la televisión proyecta en nuestros hogares representan la realidad” (Pratkanis y Aronson, 1994: 86). Que no es otra cosa que el escolástico y tomista “ver para creer”. Lo que ocurre, siguiendo una vez más a estos psicólogos sociales estadounidenses –Pratkanis y Aronson– es que una vez aceptadas las imágenes que nos formamos en la cabeza estas operan virtualmente como ficcionalizaciones que guían nuestros pensamientos y acciones. De modo tal que las imágenes actúan, como teorías sociales primitivas, ofreciéndonos los hechos de ese problema, determinando qué cuestiones son las más apremiantes, y establecen los

términos con los que meditamos acerca de nuestro mundo social. Tal y como señaló el politólogo Bernard Cohen, los medios de comunicación de masas “muchas veces quizá no consigan decir a la gente qué pensar, pero tienen un éxito extraordinario a la hora de decir a sus lectores sobre qué tiene que pensar (...) diferentes personas tendrán diferentes imágenes del mundo en función del mapa que tracen para ella los escritores, redactores y editores de los periódicos que leen” (citado en Pratkanis y Aronson, 1994: 86).

Asimismo, existen otros estudios al respecto, como los de Craich Haney y John Manzolari (1981) que van en idéntica dirección y que explican la forma en que la TV presenta, por ejemplo, la actividad criminal; o los experimentos respecto de los contenidos de los telediarios de los analistas Shanto Iyengar y Donald Kinder (1987). Todos indican con bastante certeza, al menos, que ver televisión de manera intensiva determina realmente las imágenes que nos formamos del mundo y la existencia de una estrecha vinculación entre las historias que nos presentan y las cuestiones que las personas consideran más importantes en el momento (Pratkanis y Aronson, 1994: 82-83). Al respecto, cabe recordar la anécdota que señala que Henry Kissinger, el otrora poderoso Secretario de Estado del gobierno estadounidense, al igual que Walter Lippmann, dejó patente que entendía la fuerza que revestía el telediario en la sensibilidad de la gente al reconocer que no veía el contenido de los noticiarios sino que solo se interesaba por “aquello de que trataban, y la duración de las noticias, para conocer lo que preocupaba al país” (Dilenschneider, 1990, citado en Pratkanis y Aronson, 1994: 84).

En este mismo sentido, Humberto Eco en *La estrategia de la ilusión* (1996) formula un decálogo de la desinformación televisiva –aunque se trata de tan solo nueve reglas– en donde plantea que la manipulación se daría a partir de las siguientes cuestiones:

- Introducción de inflexiones u observaciones explícitas a propósito de una noticia (cargando de significado emotivo la función ideológica).
- Comentar sólo aquello que se puede o se debe comentar (acá es clave lo que se deja fuera y por qué)
- Poner la noticia incómoda donde nadie la espera ya (ello según el criterio del lugar en que se pone la noticia en relación a su importancia)

- Ofrecer la noticia completa sólo cuando los diarios del día siguiente o los otros medios de comunicación la hayan difundido.
- No decir las cosas por su nombre. Se comenta un episodio pero sin ir directamente al asunto (una de las modalidades del ocultamiento informativo)
- Manifestarse sólo si el gobierno ya se ha manifestado.
- No omitir jamás la intervención de un ministro.
- Dar sólo oralmente las noticias importantes, sin ningún tipo de imágenes. (Una noticia pasa desapercibida si no se recurre al lenguaje específico de la televisión: imágenes y palabras)
- Ofrecer imágenes de las cosas importantes si ocurren en el extranjero.
- (Aunque a veces se trate de imágenes de recursos sacadas de contexto o correspondan a otros hechos).

Por último, y para cerrar este pequeño excursus respecto de los efectos que ejerce la (des)información televisiva (TV) en nuestros sentimientos, creencias y actuaciones, la antropóloga española Cristina Sánchez-Carretero en una entrevista concedida al diario *El País* con motivo de una investigación realizada en Gran Bretaña, cuyo propósito fue estudiar el efecto de las imágenes en los medios de comunicación en términos de si, efectivamente, logran cambiar el comportamiento de la población o su percepción de la realidad. Un estudio, que estuvo circunscrito a las manifestaciones de duelo surgidas tras la muerte de la princesa Diana de Gales, y que concluyó, fundamentalmente, que “El 80% de la población británica pensaba que habían cambiado su forma de exteriorizar el duelo, dejando de ser el británico retraído, que expresaba su dolor en el ámbito doméstico y, por ejemplo, no lloraba en espacios públicos. Después, en una serie de cuestionarios muy bien estandarizados se preguntó a esas mismas personas y a sus allegados si habían exteriorizado el duelo de esa forma. El porcentaje bajó radicalmente, apenas un 10%. Las imágenes tienen un gran poder de cambiar la percepción de la sociedad. Lo que está en entredicho es si cambian su comportamiento” (Ariza, 2011).

Ahora bien, volviendo a los mecanismos que intervienen en el proceso de selección del contenido noticioso, el sociólogo estadounidense y director de *Project Censored*, Dr. Peter Phillips (2006), reitera también la idea de que el poder económico mediático

ya no se interesa por vender información a la gente, sino que lo que lo que en realidad le interesa es **transar en el mercado consumidores para las corporaciones publicitarias, además de la inoculación de ideología** (citado en Serrano, 2010: 42). Es por ello que el asunto no radica en una cuestión de verdad o la mentira, sino en la estrategia de ocultamiento de la realidad mediante la banalización y la distorsión prodigada por la simplificación, las concepciones maniqueas de las cosas, etc., que el mercado consagra y reclama. Una suerte de esquizo-información, en el sentido de la ruptura de la cadena significativa noticiosa, al carecer tanto de antecedentes-consecuentes como de contexto, puesto que **una noticia incomprensible para el destinatario, por más verdadera que sea, no posee ningún valor. Por lo que queda demostrado que la verdad, como la libertad, no es suficiente** (Bertrand, 2005).

Una situación que estaría motivada en cierto modo por el eventual predominio del estatuto ontológico de la imagen (por sobre el texto) que apela directamente a la emoción (Serrano, 2010: 50); ya que está también la idea de que la imagen ha terminado con los criterios racionales de valoración del hecho noticioso, llegándose a límites en donde la extrema dependencia que tiene la noticia respecto del “vídeo implica eliminar ciertas noticias de la agenda por la única razón de no disponer de imágenes espectaculares” (Serrano, 2010: 50). Asimismo, no podemos olvidar que “la persuasión política tiene que ver con las redes y narraciones, porque el cerebro político es un cerebro emocional” (Western, 2007: 12, citado en Castells, 2009: 201).

Por otro lado, es preciso poner el acento, una vez más, en la otra cuestión de vital importancia en este tema: la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en unas pocas manos. Una cuestión que hoy por hoy podríamos afirmar que ya ni siquiera constituye, de buenas a primeras, la principal amenaza a la pluralidad informativa, sino el hecho decisivo de que, en la gran mayoría de los casos, no estamos en frente de grandes empresas comunicacionales sino frente a grandes *holdings* económicos que son los dueños de los medios de comunicación de masas (Serrano, 2010: 29). Una cuestión que sí deja en evidencia, además, que la información en sí ya no es un negocio: “El valor de la conformación de la opinión pública es tan alto que bien merece destinar dinero a fondo perdido. Por lo que muchos medios se han convertido en meros departamentos de imagen de los emporios empresariales” (Serrano, 2010: 29). Una situación que se remonta desde un tiempo a la fecha, tal como lo han señalado anteriormente el escritor Manuel Vázquez Montalbán (1971) y por Enrique

Bustamante (1982). O sea, quienes están decidiendo qué es noticia y qué no son grandes empresas comerciales que lo están haciendo en función del lucro y la rentabilidad, de lo cual se desprende en definitiva la ecuación: beneficios y rentabilidad versus verdad, libertad y democracia (Tremblay, 2012).

No obstante, el problema que representa para la vida democrática la concentración de medios sigue siendo un asunto grave, lo cual se desprende de las siguientes palabras del nobel de economía Joseph Stiglitz (2001), quien recientemente señaló en una de sus conferencias que “la desigualdad económica, que en muchos casos se ve traducida en desigualdad política, se ve fuertemente reforzada si los medios presentan un alto grado de concentración” (Columbia Journalism School, 2013). Asimismo, Stiglitz, que considera a los Estados Unidos como el país con los mayores niveles de desigualdad de las naciones desarrolladas, advierte que “la prensa es un modo de sostener la desigualdad en América latina, que es la región del mundo con mayor nivel de desigualdad, y la concentración de la prensa juega un rol importante en esto” (Columbia Journalism School, 2013).

Por otra parte, para referirnos a otro de los factores de selección/edición/producción de noticias, los *sponsors*, tenemos que decir algo más respecto de la enorme dependencia de los medios de comunicación respecto de la publicidad, una de las características esenciales de los medios de comunicación de masas. Al respecto, Serrano (2010) nos aporta otro dato que nos ayuda a comprender mejor la problemática y que señala que en los inicios el coste de producción era cubierto en un 100% por la venta del periódico, y que hoy en cambio esta solo representa un 50% de su coste, el resto lo cubre el anunciante. Con lo cual, una vez más, queda en evidencia que la oferta de los medios ya no es solo el contenido informativo, sino que radica en la venta de audiencias a las agencias de publicidad, como han insistido los diferentes analistas que han abordado esta problemática. Asimismo, la fuerte dependencia de determinado suministro de noticias, al margen de la política y de las administraciones, representa que “de cada diez noticias televisivas de las principales cadenas españolas, ocho se elaboran con el contenido proporcionado por un informante cuyos intereses están relacionados directamente con lo que cuenta la noticia (...) Por otro lado, casi el 80% de las informaciones son fruto de actos declarativos. Consisten en dar una versión de la versión que alguien da sobre algo. La televisión habla de lo que se habla, no de lo que ocurre” (Serrano, 2010: 33).

En relación a los hechos o acontecimientos que nos cuentan, diremos que uno de los mecanismos clave del modelo desinformativo y manipulador no es, como ya hemos visto, solo y únicamente la burda mentira, sino algo un poco más elaborado y relativo al *encuadre* de la noticia. El historiador y analista Michael Parenti nos dice que se trata de una cuestión de encuadre más que de falsedad, de torcer más que de violar la verdad: “utilizando el énfasis y otros aderezos auxiliares, los comunicadores pueden crear una impresión deseada sin recurrir a la propugnación explícita, y sin apartarse demasiado de la apariencia de la objetividad. El encuadre es logrado mediante la forma en la que son empaquetadas las noticias, el monto de exposición, la colocación (primera plana o entierro en el interior, principal o último artículo), el tono de presentación (actitud abierta o despectiva), los titulares y fotografías y, en el caso de los medios audiovisuales, los efectos visuales y auditivos” (Parenti, 2001).

Está también el hecho de que los medios de comunicación se retroalimentan los unos con los otros, de modo tal que tendremos en la inmensa mayoría de las veces a todos tratando las mismas noticias, porque se tiene la (mala) impresión de que si alguien no toca los temas que tocan los demás quedará descolgado del resto y fuera de juego (Serrano, 2010: 37). Otro aspecto importantísimo del modelo desinformativo desarrollado por los “guardianes de la verdad” (Chomsky y Herman, 2005) se refiere al despliegue de ciertas retóricas noticiosas, al empleo de un lenguaje que simula estar informando cuando en verdad se está opinando o neutralidad cuando hay parcialidad y distanciamiento en circunstancias que se está abiertamente tomando partido. En este sentido cabe recordar que “el lenguaje es lo que se dice, pero también lo que destierra” (Serrano, 2010: 39). Que no es otra cosa que el silencio. Un ejemplo reciente en este sentido, que nos habla además del contrasentido que representa no llamar las cosas por su nombre, señala que en España en el contexto de la crisis económica que le afecta, por ejemplo, han encontrado “la etiqueta positiva de ‘reforma’, que se aplica de forma invertida, puesto que se refiere a los cambios que deshacen las reformas logradas después de decenios de luchas populares” (Serrano, 2010: 56).

Igualmente, en los (ochenta) noventa en Europa del Este (el caso de la Polonia de Walesa es sintomático) y en la exURSS, para no hablar de la Sudáfrica de Mandela, que representa otro tanto de lo mismo: “han denominado ‘reformas’ al desmantelamiento del sector público, la desindustrialización y las medidas neoliberales y los recortes en los servicios públicos impuestos a los países del Tercer Mundo por las instituciones de

Bretton Woods, se llaman ‘reformas del FMI’” (Serrano, 2010: 56). Lo que Naomi Klein ha denominado “la opción Pinochet”, que terminó aniquilando la pacífica revolución democrática de Gorbachov que tenía como inspiración la socialdemocracia Escandinava, una verdadera utopía socialista para toda la humanidad (Klein, 2010: 294).

Lo ocurrido a continuación (la disolución de la Unión Soviética...) es un capítulo bien documentado de la historia contemporánea. Pero su relato se explica, muy a menudo, con el desabrido lenguaje de la “reforma”, una narración tan genérica que ha ocultado uno de los mayores crímenes cometidos contra una democracia en la historia moderna. Rusia, al igual que China, fue obligada a elegir entre un programa económico conforme al modelo de la Escuela de Chicago y una revolución democrática auténtica (Klein, 2010: 295).

Finalmente, tenemos la estrategia de adscripción de los medios de comunicación a la opinión pública, que no es otra cosa que hablar por boca de la inmensa mayoría social, como asimismo el marcado etnocentrismo y la jerarquización que ejercen los países del norte sobre la información, que se traduce fundamentalmente en el hecho de que van sí o sí tras de un puñado de líderes de esta parte del mundo para cubrirles a toda eventualidad (Serrano, 2010, 58-70). También tenemos el silencio que ejercen respecto de las grandes marcas cuando las noticias no les son del todo favorables o definitivamente inocultables, el falso pluralismo, las limitadísimas fuentes y analistas realmente especializados (en los informativos de radio y TV de las principales cadenas españolas no llega ni siquiera a uno, como señala Pascual Serrano (2010)) y el llamado *silencio de portada* (Serrano, 2010: 58-70).

2.2.4. PRINCIPALES DECÁLOGOS (¿APÓCRIFOS?) DES-INFORMATIVOS

En primer lugar, quisiéramos hacernos cargo de algún modo de un contenido a modo de decálogo, atribuido a Noam Chomsky, y que circula amplia y profusamente por la red en diferentes sitios de Internet con el título de *Las diez principales estrategias de manipulación mediática* o *Decálogo de la manipulación mediática*; el que no obstante su carácter (pseudo) apócrifo, ya que en realidad nunca fue escrito por él (Bricmont, 2010), al menos con ese formato, aun cuando los contenidos son de su autoría. De ahí lo de pseudo apócrifo, pues lo son y, también, no lo son en cierto sentido. No obstante, al estar compuesto íntegramente con importantes contenidos de autoría del intelectual y

lingüista del Massachusetts Institute of Technology (MIT), merece la pena citarlo, aunque sea en modo extractado dada su extensión:

1) **La estrategia de la distracción** (...) mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes... 2) **Crear problemas y después ofrecer soluciones** (también llamado “problema-reacción-solución” (...)) 3) **La estrategia de la gradualidad**: Para hacer que se acepte una medida inaceptable... 4) **La estrategia de diferir**:(...) una decisión impopular es la de presentarla como “dolorosa y necesaria”... 5) **Dirigirse al público como criaturas de poca edad**... 6) **Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión** (...) para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamientos... 7) **Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad**... 8) **Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad** (...) que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto... 9) **Reforzar la autculpabilidad** (...) inhibir la capacidad de reacción de los sujetos, haciéndoles creer al individuo que es solamente él el culpable por su propia desgracia, por causa de la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades, o de sus esfuerzos. 10) **Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen**... Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, el “sistema” ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente (Chosmky, 2012).

Asimismo, cabría mencionar también las *25 Reglas de Desinformación (The 25 Rules of Disinformation)* de H. Michael Sweeney, que más o menos apuntan en idéntica dirección, pues en efecto se trata de un manual inocuo de amplia distribución por la red y que puede ser útil para un político manipulador como para un lector lego siempre atento a la hora de desbaratar las maniobras desinformativas. A continuación presentamos una selección de los aspectos que consideramos que contribuyen mejor al desarrollo del tema que estamos tratando y, por último, se ajustan mejor a la línea de la presente investigación:

2) Conviértete en incrédulo e indignado. Evita discutir temas importantes y enfócate en temas periféricos que pueden ser usados para criticar a otro grupo considerado como “sagrado” por algún sector de la población. 3) Evita discutir temas inconvenientes describiendo toda acusación, independientemente de dónde venga, como meros rumores y especulaciones. Si puedes asocia las acusaciones con rumores de “Internet” y di que se trata sólo de “teorías de la conspiración”. 4) Utiliza la técnica de la “falacia del espantapájaros”⁹⁰ 5) Distrae a tus oponentes etiquetándolos y ridiculizándolos con títulos como “conservadores”, “radicales”, “terroristas”, “conspiranoicos”, “racistas”, “fanáticos”, “liberales” “pervertidos sexuales”, “ateos”, “fundamentalistas”, “homofóbicos”, etc. 10) Asocia a tus oponentes con noticias viejas o acusaciones pasadas(...) Haz que tu equipo prepare una acusación y fíltrala a los medios poco antes. 12) Los enigmas no tienen soluciones (...) Esto hará que la verdad se pierda entre el arsenal de desinformación o que el público pierda interés.

⁹⁰Un recurso retórico que consiste en caricaturizar los argumentos o la posición del oponente, tergiversando sus palabras o cambiando su significado para facilitar un ataque lingüístico o dialéctico.

14) Exige soluciones completas. Evita los asuntos nodales requiriendo que tus oponentes solucionen el crimen (o el asunto en cuestión) completamente. Argumenta que antes de solucionarse este asunto (...) todo lo que se discuta son suposiciones. 16) Desaparece la evidencia o los testigos. 18) Emocionaliza y antagoniza (...) Esto también puede ser usado para distraer argumentando que tus oponentes son “demasiado sensibles a la crítica”. 19) Pide pruebas imposibles (...) como exigencia para seguir discutiendo un tema y pide pruebas que son demasiado difíciles de obtener pero que tienen una cuota de relevancia sobre el tema que se discute. 22) Elabora una nueva verdad. Crea tu propio panel de expertos, autores, líderes etc., (...) para forjar a través de una investigación científica o académica una nueva versión de los hechos o un tema que pueda distraer a la opinión pública... 23) Crea eventos de distracción masiva (...) que acaparen la atención pública... 24) Silencia a tus críticos (...) una práctica común de las empresas en el caso de la competencia para bloquear innovación científica que va en contra de sus intereses económicos (Sweeney, 2011).

Respecto de estos decálogos quisiéramos señalar que, a nuestro juicio, responden, más allá del problema que pudiera suponer el tema autoral, principalmente al interesante fenómeno de (contra) reapropiación noticiosa –del que habla Ramonet– que se está experimentando a partir de las cada vez más informadas y activas audiencias (consumidoras y productoras de contenido), que ha precedido, de algún modo, a “la aparición de nuevos actores noticiosos como cadenas televisivas árabes AlJazeera o Al Arabiya, la proliferación de tecnologías de guerrilla mediática como los *blogs* o las imágenes en GSM, la fragmentación y la exacerbación de diferentes identidades” (Marthoz, 2007: 104-105). Una cuestión que, por lo demás, virtualmente pondría en entredicho toda la efectividad de la *desinformación* y la capacidad de los Estados Unidos para imponer al mundo su visión y su discurso (Marthoz, 2007: 104-105). Y dicho sea de paso, John Pilger señala que la idea de la policía mundial y de la lucha mundial por la libertad queda reflejada en la siguiente cita de Obama:

En momentos de gran peligro en el siglo pasado nuestros dirigentes aseguraron que EE.UU., a través de los hechos y por su ejemplo, dirigió y exaltó al mundo, que defendimos y luchamos por la libertad ansiada por miles de millones de personas más allá de sus fronteras (...). Esto es lo esencial de la propaganda, el lavado de cerebros, si queréis, que se cuele a las vidas de cada estadounidense, y de muchos de nosotros que no somos estadounidenses. De la derecha a la izquierda, de los laicos a los creyentes, lo que tan poca gente sabe es que en el último medio siglo, los gobiernos de EE.UU. han derrocado a 50 gobiernos –muchos de ellos democracias. Al hacerlo, treinta países han sido atacados y bombardeados, con la pérdida de innumerables vidas. Atacar a Bush está muy bien –y es justificado– pero en cuanto comenzamos a aceptar la seducción atractiva del baboseo demócrata sobre resistir y combatir por la libertad buscada por miles de millones, se ha perdido la batalla por la historia, y nosotros mismos somos silenciados (Pilger, 2007).

2.2.5. LAS CLAVES DESINFORMATIVAS DEL “FABRICANTE DEL CONSENSO”: WALTER LIPPMANN

Por su parte, Elisabeth Noelle-Neumann en el citado libro *La espiral del silencio* (1995) a partir de la percepción-recepción nos presenta otro enfoque que nos ayuda a comprender el fenómeno de la *desinformación*. Para ello esta destacada analista alemana, al igual que Chomsky y que Pratkanis y Aronson, se encarga de trasladarnos – más de setenta años después–algunos de los pioneros hallazgos y aportes teóricos que hace a los estudios de comunicación Walter Lippmann en *Public Opinion* (1922). Un esfuerzo, bajo su particular enfoque, que tiene la virtud de reflotar aquellos importantísimos descubrimientos realizados en los años veinte por el “fabricante del consenso”, los que, recordemos, varias décadas más tarde, tanto la psicología social empírica como la investigación en la comunicación e, incluso, la neurociencia, se han encargado de corroborar punto por punto (Noelle-Neumann, 1995: 190).

En efecto, Walter Lippmann lo primero que hace es “desenmascarar el autoengaño racionalista respecto del modo en que las personas supuestamente se informan y forman los juicios que guían sus acciones en el mundo moderno: con madurez y tolerancia, observando, pensando y juzgando como científicos en un esfuerzo incesante por examinar objetivamente la realidad, ayudados en este esfuerzo por los medios de comunicación” (Noelle-Neumann, 1995: 190). Ello, principalmente, porque, dado la inmensidad del medio, la realidad se hace absolutamente inabordable para la simple percepción humana, imposibilitando definitivamente la aprehensión e imagen que virtualmente podríamos tener de ella. A esa verdadera ilusión (racionalista), Lippmann contrapone una realidad completamente opuesta, la cual muestra cómo efectivamente conformamos nuestras concepciones, cómo seleccionamos parte de los mensajes que recibimos y, en definitiva, cómo éstos son procesados y transmitidos (socializados) (Noelle-Neumann, 1995: 190).

Para explicarnos más en concreto esta cuestión, Walter Lippmann señala básicamente que recibimos, en primer lugar, información mediante la doble articulación que representa nuestra propia experiencia y lo que extraemos de los medios de comunicación. Al respecto, señala un dato importante, a saber, que al ser completamente difusa la frontera que separa a ambas experiencias no alcanzamos a tomar conciencia de ello, con lo cual, eventualmente, se prueba que la influencia

ejercida por los medios de comunicación opera a nivel del inconsciente. En segundo lugar, como nos resulta eventualmente imposible hacernos una imagen cabal de la realidad, dada su magnitud, complejidad y evanescencia, realizamos una reconstrucción más sencilla de la misma (*atajo neuronal*). A ello, varias décadas más tarde, el sociólogo alemán Niklas Luhmann le llamó *reducción de la complejidad*; siendo ésta, por lo demás, la primera fuente esencial de distorsión de la realidad (*autoengaño*). Y, en tercer lugar, habría que añadir a todo ello la existencia de la uniformidad de las reglas de selección de la noticia, en virtud de la cual, en definitiva, “cualquier periódico que llega al lector es el resultado de toda una serie de selecciones” (Lippmann, 1965, 223 en Noelle-Neumann, 1995: 193).

Además, “adelantándose a un campo de investigación de las ciencias de la comunicación muy importante durante los años cincuenta, sesenta y setenta, Lippmann explicó lo que los periodistas consideran “valores de la noticia”: un tema claro que pueda comunicarse sin contradicciones; conflicto; superlativos; lo sorprendente; algo con lo que el lector pueda identificarse por hallarse próximo física o psicológicamente; lo que afecta personalmente; lo que tiene consecuencias para el lector” (Noelle-Neumann, 1995: 194-195). Y, dado el hecho de que la inmensa mayoría de los periodistas aplican las mismas pautas de selección noticiosa, se construye lo que él llamó el *consenso informativo*; una de las causas de la generación de lo que, también, él, llamó el *pseudoentorno*, o sea, una *pseudarrealidad*, un *mundo intermedio* como señala Arnold Ghlen (1965) (citado en Noelle-Neumann, 1995: 190-91-94), a partir del cual sentimos, pensamos y actuamos. Al respecto, Concha Mateos (2009) señala que

El sistema de medios de comunicación de una sociedad y sus características (es decir, el número y los tipos de actores mediáticos, estructuras de propiedad y el público, la distribución de contenidos, y así sucesivamente) producen el discurso público, un discurso que circula entre la gente, un discurso que es consumido por el público. La opinión pública se construye a través del consumo de un discurso de los medios de producción. Y en base a la opinión pública construida de esta manera, las mujeres y los hombres toman decisiones políticas que rigen la vida colectiva. Estas decisiones son políticas y sobre el poder, independiente que la persona que las toma lo sepa o no. A lo largo del día, todos tomamos una serie de decisiones políticas: tenemos que pagar el alquiler de un apartamento, etc. (...) son ejemplos del pueblo tomando decisiones y gobernando la sociedad. Estas son las acciones que están

reguladas políticamente, que se convierten en posibles, o no, debido a la adopción de determinadas políticas (Mateos, 2009)⁹¹.

Y, finalmente, tenemos la segunda fuente de distorsión de la realidad, a juicio de Noelle-Neumann, algo que también más tarde la psicología social y la investigación de la comunicación han denominado con el concepto de *percepción selectiva*. En términos generales, diremos que en virtud de ella las personas con actitudes y atributos distintos perciben los mismos acontecimientos de manera diferente. Cabe señalar que al mismo tiempo si somos capaces de captar selectivamente, lo hacemos directamente a los contenidos emocionales mediante la imagen y el sonido. Walter Lippmann se refería a este tema del siguiente modo:

Estoy argumentando que la pauta de los estereotipos que se hallan en el centro de nuestros códigos determina en gran parte qué conjunto de hechos vamos a ver, y bajo qué luz. Por eso, incluso con la mejor voluntad del mundo, la política informativa de un periódico tiende a apoyar su política editorial. Por eso, un capitalista ve un conjunto de hechos –literalmente los ve– y unos aspectos determinados de la naturaleza humana, y su adversario socialista ve otro conjunto y otros aspectos diferentes, cada uno de ellos considera al otro irrazonable o perverso, cuando la diferencia real entre ellos es una diferencia de percepción (Lippmann, 1965, 82 en Noelle-Neumann, 1995: 194).

E incluso más, los últimos avances en neurociencia en este tema han ido más lejos aún en sus conclusiones: las personas que tienen pensamientos políticos de derechas o de izquierdas se diferenciarían en base a cuestiones de morfología cerebral. Según los científicos de la Faculty of Life Sciences de la University College de Londres (ULC), existiría una estrecha relación entre el **grosor de dos áreas de materia gris del cerebro y la ideología política**, pues a partir de los experimentos realizados con resonancia magnética, las personas que se declaran “de derechas” tienen un mayor grosor en los tejidos de la amígdala cerebral (área encargada de procesar las emociones) que las personas “de izquierdas”, que además suelen tener más pronunciada la corteza cingulada anterior, un área del cerebro asociada con la anticipación y la toma de

⁹¹Traducción propia. Cita original en inglés: “*The media system of a society and its characteristics (i.e., the numbers and types of media players, ownership structures and audiences, content distribution, and so on) produces the public discourse, a discourse that circulates among people, a discourse that is consumed by the public. Public opinion is constructed through the consumption of a media-produced discourse. And based on public opinion constructed in this way, women and men make political decisions governing collective life. These decisions are political and are about power, whether the person who makes them knows it or not. Throughout the day, we all make a number of political decisions: we pay rent for an apartment (...) are examples of the demos making decisions and governing society. These are actions that are regulated politically, that become possible, or not, due to the adoption of particular policies*”.

decisiones, con lo cual activarían zonas y circuitos neuronales distintos a partir de idénticos temas. Un revelador descubrimiento que, no obstante establecer una directa relación entre ciertos rasgos morfológicos y la ideología, según el Dr. Geraint Rees, director del Instituto de Neurociencia Cognitiva del UCL, no sería suficiente aún para determinar una interrogante clave en este asunto: si es la preferencia política la que moldea nuestro cerebro o viceversa (Lewis, Kanai, Rees & Bates, 2014).

2.2.6. DESINFORMACIÓN Y GUERRA

Solo se ve desde una perspectiva determinada; solo se “entiende” desde una perspectiva determinada.

(Nietzsche, 1967: 383)

La historia es como una sala de conciertos mal construida, [con] puntos muertos en los que no se puede escuchar la música.

Archibald MacLeish⁹² (citado en Stonor Saunders, 2013: 23)

En la guerra pierden toda distancia crítica los periodistas, se consideran ante todo patriotas, así pues lo que hacen es diseminar propaganda.

Chris Hedges, corresponsal de *The New York Times* (citado en Tremblay, 2012)

La historia está plagada de ejemplos, unos más (tristemente) célebres que otros, pues la desinformación, al igual que la *propaganda*, es probablemente un fenómeno tan antiguo como la humanidad, tal y como ya hemos podido advertir. Por lo que nos basta, a modo de ejemplo, con lo que nos trae a colación María Fraguas de Pablos (1986), quien se encarga de recordarnos algunos de los más notables acontecimientos, como es el protagonizado por Lord Arthur Ponsonby, el barón Ponsonby, al que se le atribuye la célebre sentencia: “Cuando se declara la guerra, la verdad es la primera víctima”⁹³ y que en *Falsehood in Wartime: Propaganda Lies of the First World War* (1928) se hace cargo de develar, a partir de diez leyes o eslóganes que han pasado a la celebridad del cinismo bélico como “Decálogo de la Propaganda de Guerra”, el entresijo de la propaganda empleada por los aliados en la Gran Guerra:

⁹² Publicado por Archibald MacLeish en el *The New York Times*, 21 de enero de 1967.

⁹³ Otros se la atribuyen por entonces a Rudyard Kipling (Fazio, 2000: 8).

1) “Nosotros no queremos la guerra”. 2) “El enemigo es el único responsable de la guerra”. 3) “El enemigo es un ser execrable”. 4) “Pretendemos nobles fines”. 5) “El enemigo comete atrocidades voluntariamente. Lo nuestro son errores involuntarios”. 6) “El enemigo utiliza armas no autorizadas”. 7) “Nosotros sufrimos pocas pérdidas. Las del enemigo son enormes”. 8) “Los artistas e intelectuales apoyan nuestra causa”. 9) “Nuestra causa tiene un carácter sagrado, divino, o sublime”. 10) “Los que ponen en duda la propaganda de guerra son unos traidores” (Morelli, 2002).

Asimismo, tenemos el suceso que ha pasado a la historia como la “Carta de Zinóviev”. Una supuesta carta que publicó el diario conservador *Daily Mail*, mediante una fingida maniobra de filtración (*off de record*) por parte del Security Service (MI5) en octubre de 1924, unos días antes de que se celebraran elecciones generales, en la cual en términos generales el jerarca bolchevique Grigori Zinóviev –que a la muerte de Lenin sería ejecutado por Stalin– hacía un ferviente llamado a los comunistas ingleses a prepararse para la eminente revolución en su país. El resultado inmediato de la difusión periodística de este apócrifo documento fue el inapelable triunfo por amplia mayoría del Partido Conservador en las elecciones del 24. Años más tarde se comprobó que la carta era efectivamente apócrifa, un fraude político más que registraba la historia. En idéntica dirección está otro importante episodio de la historia más reciente de Europa, que nos recuerda Fraguas de Pablos (1986) cuando en Televisión Española (TVE) con motivo de las últimas elecciones el viernes 14 de febrero de 1986 se informó que en Portugal, los conservadores habían descubierto y difundido un documento en el cual se concluía que los partidos Socialista y Comunista preparaban la instauración de un régimen al estilo soviético.

Por último, en esta misma antología de hechos históricos tenemos otro célebre episodio protagonizado por el magnate de la prensa William Randolph Hearst; quien con una enorme artillería mediática, entre la que cabe contar diarios como el *New York Journal*, con el que dio vida a uno de sus tantos inventos, el “periodismo amarillo”, orquestó una campaña de histeria belicista, difamatoria y sensacionalista para lograr la intervención de los Estados Unidos en la guerra hispano-cubana, empezando en febrero de 1898 con la mentira deliberada acerca del hundimiento del acorazado *Maine*, anclado en el puerto de La Habana (Fazio, 2000: 80). La propaganda llegó más lejos en este tema pues afirmaba entonces que los Estados Unidos habían intervenido para liberar a Cuba del terror español. Una tesis que comprueba el inmenso poder de la *propaganda*

de este país, pues se ha impuesto mayoritariamente hasta el día esta tesis sobre el conflicto, que ha sido suficientemente refutada con el trabajo del historiador Louis Pérez, en el que se revela “que los cubanos estaban a punto de derrotar a los ejércitos españoles cuando intervino Estados Unidos. Por añadidura, de no haber sido por los valientes esfuerzos de las fuerzas cubana, la campaña estadounidense podría haber acabado en un ‘desastre militar’, e incluso en una ‘retirada humillante’” (Chomsky, 2010: 69). Finalmente, huelga decir que “la guerra cubana de liberación se transformó en una guerra estadounidense de conquista” (Chomsky, 2010: 69). El resto de la historia es conocida, por lo que resulta innecesario ir más allá en el tema.

Lo cierto es que todo parece indicar que donde más ostensiblemente se verifica toda la maquinaria *desinformativa* con toda su eficiencia y rigor es, precisamente, durante la generación y ocurrencia de esta clase de conflictos (bélicos) (Meyssan, 2008). Pues en tales circunstancias es cuando más perentoria se hace la necesidad de granjearse el consentimiento ciudadano por parte del poder establecido, y muy probablemente, por lo mismo, es cuando mayormente queda en evidencia la constante renovación de las estrategias de manipulación llevadas a cabo por parte del Estado, como hemos visto anteriormente. La Invasión de Iraq, llevada a cabo (contra el pronunciamiento expreso de la ONU) el año 2003 por una coalición internacional liderada por la administración estadounidense del presidente George W. Bush, es un ejemplo paradigmático al respecto en la historia contemporánea (Meyssan, 2008). Una guerra que “fue posible gracias a la campaña de desinformación que bajo el marco de ‘la guerra contra el terror’ realizó la administración Bush para ganarse el consentimiento (las mentes) de los estadounidenses con el fin de conquistar Irak y mantenerse en la Casa Blanca” (Castells, 2009: 535).

Por lo demás, se trató de un proceso deductivo (no inductivo) mediante el cual se decidió la invasión y luego se buscaron las excusas, bajo el fuerte apoyo de un canal de propaganda privilegiado que fue el *The New York Times* (Tremblay, 2012). Ahí está como testimonio la comparecencia del secretario de Estado norteamericano Colin Powell en la Asamblea General de la ONU (2003)⁹⁴, que seguramente pasará a la historia como una pieza incomparable de la gran escenificación, que implicó incluso censurar una reproducción del *Guernica* de Picasso que está en la sala de conferencias

⁹⁴Consultable en: <https://www.youtube.com/watch?v=Nt5RZ6ukbNc>. Consultado el día 11/06/2013.

(como se puede advertir en las imágenes del *link* adjunto⁹⁵) realizada por uno de los más grandes fraudes históricos de la historia reciente de la humanidad (Tremblay, 2012).

El informe [del comité del senado estadounidense de 2004] concluyó que se empleó mala información para justificar la invasión y condujo a la dimisión de George Tenet de su cargo de director de la CIA. Un dato concreto, por lo llamativo, era la información, que resultó falsa, de que el país árabe disponía de armas biológicas y de dispositivos móviles para su fabricación y utilización, dato que fue aportado por el secretario de Estado Colin Powell en su intervención ante Naciones Unidas en febrero de 2003 (Martínez, 2009: 108).

Al respecto, Castells nos habla de *The Waxman Report*, un informe emitido en marzo de 2004 por el Subcomité de la Cámara de Representantes de los Estados Unidos para la Reforma del Gobierno, que, entre otras consideraciones, incluía 237 declaraciones falsas o engañosas en 125 comparecencias públicas realizadas por el presidente George Bush, el vicepresidente Richard Cheney, el secretario de Defensa Donald Rumsfeld, el mismo Colin Powell y la asesora de Seguridad Nacional Condoleezza Rice, todas remitidas a la supuesta potencia nuclear de Iraq, sus vínculos con Al Qaeda y la implicación de Sadam Hussein en el 11-S (Castells, 2009: 227).

Como asimismo, de la encuesta Harris 2006, que proporciona un dato revelador en este sentido, el que junto con poner en evidencia la magnitud de la maniobra desinformativa llevada a cabo por los Estados Unidos, pone de manifiesto la eficacia que puede alcanzar la puesta en marcha de una maquinaria de estas características: dos años después de que información oficial y reportajes de los medios de comunicación documentaran debidamente toda la falsificación sobre el tema de Iraq, el número de estadounidenses que seguían creyéndose el “cuento” de las armas de destrucción masiva, de las conexiones de Iraq con Al Qaeda y de la implicancia de Hussein en los atentados de Nueva York, había aumentado respecto de los primeros tiempos del conflicto, sobrepasando inclusive el 50% y volviendo al 64% de los primeros días (Castells, 2009: 228). Lo cual no hace sino demostrar, una vez más, en primer lugar, que la gente cree/ve lo que quiere creer/ver (Noelle-Neumann, 1995: 253-254; Castells, 2009: 229); y, por otro lado, “que la información por sí sola no altera las actitudes a no ser que exista un nivel extraordinario de disonancia cognitiva. Esto es debido a que las personas seleccionan la información de acuerdo con sus marcos cognitivos” (Castells, 2009: 231).

⁹⁵Consultable en: https://www.youtube.com/watch?v=bm_sVmJRuto. Consultado el día 11/06/2013.

Ya desde los tiempos del Comité Creel se sabía que todo desplazamiento en terreno militar debía estar acompañado necesariamente de una estrategia mediática propia y singular. Una estrategia que debiera contar, a lo menos, al margen de la consabida omisión de información esencial (causas, antecedentes, contexto), con tres elementos fundamentales: “la credulidad popular, la amnesia colectiva, y, sobre todo, la existencia de un complejo industrial-mediático colaboracionista que refleja y difunde la verdad oficial, condimentada con selectas dosis de desgarrador dramatismo, violencia telegénica y “ternurismo” lacrimógeno... En suma, la conversión de los *mass-media* a un complaciente eco de los portavoces militares. Un eco carente de información sustancial, que actúa como cebo psicológico que crea en el ciudadano la grata ilusión de considerarse al corriente de la actualidad” (Revista Orto, 2000). Será, precisamente por ello que ha jugado, nuevamente, un destacado rol, al más puro estilo y como en los mejores tiempos del Comité y de la invasión de Guatemala con la asesoría gubernamental de L. Bernays, el tipo de oficinas de Relaciones Públicas como Rudder Finn Global Public Affairs (<http://www.ruderfinn.com>) que antes había sido pieza clave en la estrategia de desinformación implementada con motivo de la guerra en la exYugoslavia (Revista Orto, 2000). Cabría citar, al respecto, una declaración de principios que figura en la antología de las declaraciones de portavoces de este tipo de mediaciones, precisamente la del presidente de Ruder Finn:

Nuestro oficio consiste en diseminar la información, hacerla circular lo más rápido posible para que las tesis favorables a nuestras causas sean las primeras en ser expresadas. Desde el momento en que una información es buena para nosotros nos esforzamos por anclarla en seguida en la opinión pública. La primera información es la que cuenta, los desmentidos no tienen ninguna eficacia (Revista Orto, 2000).

Stauber y Rampton escriben al respecto que “todo gran evento propagandístico necesita lo que los periodistas llaman el ‘gancho’, algo que provoca una fuerte reacción emocional y hace que la noticia no se olvide. En el caso de la guerra del Golfo, el ‘gancho’ lo inventó Hill & Knowlton” (Revista Orto, 2000), una de las más grandes (si no la más) compañías de comunicaciones (relaciones públicas) del mundo con sede central en Washington, con una presencia global en más de 87 ciudades del mundo, entre las cuales se cuentan sedes en Barcelona y Santiago de Chile, cuya *expertise* radica principalmente en maquillar dictaduras y entre cuyos clientes figuran los gobiernos de Kuwait, Indonesia y Turquía, y que asesoró en los diferentes asuntos de política exterior a la administración Bush, como se puede advertir en la página web

institucional de esta corporación ⁹⁶Precisamente, tal y como señala Pascual Serrano (2010), esta empresa (y sus publicistas) tras la invasión de Kuwait en 1991 por Saddam Hussein y luego de recibir 10 millones de dólares por parte de la ONG Ciudadanos por un Kuwait Libre, sembró en la opinión pública internacional, con no poco éxito, la *Atrocity story* de los 312 bebés del hospital d'Addan que habrían sido sacados de sus incubadoras para dejarlos morir por las tropas invasoras iraquíes. Un crimen ampliamente citado por Bush en uno de sus discursos, que motivó un foro internacional de la ONU y fue denunciado por Amnesty International. Más tarde cuando los iraquíes abandonaron Kuwait un funcionario de la OMS develó que todo había sido una pura invención. "Amnistía Internacional acabó corriendo su denuncia y negando la historia. Una decena de médicos de diferentes nacionalidades que estuvieron en Kuwait durante la invasión también lo negaron" (Serrano, 2010: 249).

Por lo que se puede concluir, perfectamente, que el *peak* de la *desinformación* moderna en materia de política internacional se ha producido precisamente con motivo de los conflictos de la ex Yugoslavia; durante la administración del demócrata Bill Clinton (Revista Orto, 2000), que culminaría con el bombardeo de Serbia y la ocupación de Kosovo por las fuerzas de la OTAN (1999); y con la ya comentada Invasión de Iraq (2003) de la era del republicano George Bush. En donde el "pretexto o los pretextos para invadir Iraq ponen al descubierto un completo ejercicio de desinformación y de mala información en la que bien se puede decir que sus perpetradores llevan en el pecado la penitencia. No estamos aquí ante grandes fabulaciones sino más bien ante una gran mentira, urdida y transmitida por los medios oficiales de propaganda y amplificada por medios de difusión a una escala mundial" (Martínez, 2009: 112).

En efecto, Bush llegó al extremo, con tal de no ver debilitada su lógica de guerra, de echar mano a una unidad secreta que le preparaba informes con contenidos alterados de los informes de inteligencia, incluidos los de la propia CIA, aquello que el *The New York Times* denominó "el taller de construcción de guerras" ("The build-a-war workshop") tal y como señaló el *International Herald Tribune* el 12 de febrero de 2007, (Marthoz, 2007). En este mismo sentido, con posterioridad al 11/S el Pentágono creó la Oficina de Influencia Estratégica (SIO), encargada expresamente de distribuir

⁹⁶(www.hkstrategies.com). Dirección web institucional de la referida empresa. Consultado el 22/12/2014.

propaganda negra (mentiras deliberadas), *desinformación* y *propaganda blanca* (información verídica y creíble favorable a Estados Unidos y sus objetivos), a los medios de comunicación con el propósito de influir en la opinión pública internacional y en la de los diferentes gobiernos del mundo (Fazio, 2009). Al respecto, Mattelart se plantea en idéntica dirección cuando señala en el siguiente fragmento de entrevista:

El informe realizado en diciembre de 2005 por la organización norteamericana *Free Press* sobre la guerra de la administración Bush Jr. contra la prensa es, desde ese punto de vista, demoledor. Infiltración de la radiodifusión pública, fabricación por agencias federales de falsas informaciones, a través de reportajes difundidos por cadenas de televisión nacionales, corrupción de los periodistas, supresión de los espacios de discusión pública en los medios del *establishment*, no aplicación de la ley de acceso a la información que hace que, para los periodistas, se ha vuelto difícil cubrir áreas importantes de la actividad gubernamental. Completa este cuadro el nuevo proyecto de ley sobre la propiedad de los medios, en función de consolidar el control monopolístico de la información y en detrimento de la diversidad de las fuentes. Está claro que el estatuto geopolítico de la información, y, más allá, de los productos de la cultura de masas, como soporte de una hegemonía cultural, ha cambiado de naturaleza. Con la caída del muro de Berlín, los estrategas norteamericanos –buscando ampliar la “comunidad mundial de las democracias” mediante la integración de cada vez más países al mercado mundial– creyeron poder apostar a las inversiones simbólicas, que se venían realizando desde el final de la segunda guerra mundial a nivel planetario, en el terreno de las representaciones colectivas por parte de las industrias y las redes de la cultura y de la información dominados por los Estados Unidos (Castro, 2007).

En este sentido cabe insistir, contrariamente a lo que se piensa, en que ninguna de las dos iniciativas bélicas contaron con la venia de la ONU, dado que los “EEUU ha insistido en mantener a la ONU fuera del juego, contra la voluntad de los demás países de la OTAN que, en cambio, reclamaban su autorización. Desde hace 30 años, América lucha por erosionar la autoridad de la ONU. El motivo, articulado claramente desde los tiempos del no a la Corte Mundial, es que ‘el Gobierno de EE.UU. no reconoce la autoridad de la organización internacional’” (Chomsky, 1999).

Por último, no quisiéramos terminar esta parte sin una valoración que hace el intelectual y escritor uruguayo Eduardo Galeano de la Guerra de los Balcanes, que a nuestro juicio resulta bastante útil para hacernos una idea cabal del manejo desinformativo y la guerra, y en concreto hasta dónde se desinformó en relación a este conflicto bélico:

Estados Unidos y sus aliados de la OTAN están descargando un diluvio de misiles sobre Yugoslavia, o sobre lo poco que queda de lo que fue Yugoslavia. Según la versión oficial, los atacantes actúan conmovidos por los derechos del pueblo albanés

de Kosovo, víctima de la “guerra de limpieza étnica” emprendida por el gobierno serbio de Milosevic. Al decir del presidente Clinton, las democracias occidentales no podían permanecer cruzadas de brazos ante esta “inadmisable catástrofe humanitaria”. La más feroz “guerra de limpieza étnica” y la más “inadmisable catástrofe humanitaria” de la historia de las Américas en el siglo veinte, ocurrió en Guatemala en las décadas recientes, y sobre todo en los años ochenta. Los indígenas guatemaltecos fueron las principales víctimas de esta matanza: hubo cien veces más muertos que en Kosovo, y el doble de desplazados (Galeano, 1999).

2.2.7. ESTADOS UNIDOS: EL GRAN *SPONSOR* DEL MODELO DESINFORMATIVO MUNDIAL/SISTEMA GLOBAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La globalización, entre otros aspectos, es una de las características fundamentales del actual orden mundial, en donde los medios de comunicación desempeñan un rol neurálgico, si no definitorio (McChesney, 2002: 233). Un concepto –el de globalización– que según McChesney, sería mejor explicado en su significado real por el término de neoliberalismo, que en última instancia apela al “conjunto de políticas nacionales e internacionales que buscan la dominación de todos los asuntos sociales por la economía privada, reduciendo al mínimo las fuerzas compensatorias” (McChesney, 2002: 233). No podemos ignorar que, entre otras cosas, “la revolución de la tecnología de la información ha sido útil para llevar a cabo un proceso fundamental de reestructuración del sistema capitalista a partir de la década de los ochenta. En el proceso, esta revolución tecnológica fue remodelada en su desarrollo y manifestaciones por la lógica y los intereses del capitalismo avanzado” (Castells, 1999-2000: 38). Por lo que dicho concepto no solo explica el auge del sistema global de medios de comunicación, “sino que también pone de manifiesto sus graves defectos y los de la economía política mundial para una teoría viable de una democracia participativa” (McChesney, 2002: 233). Al respecto, Jean-Claude Bertrand señaló que “sólo la democracia puede garantizar la supervivencia de la civilización y no puede haber democracia sin ciudadanos bien informados. Y no pueden existir ciudadanos bien informados sin una prensa libre y eficaz” (1992: 11).

De tal modo que se puede concluir que el actual sistema comunicacional, si no es un efecto inmediato del supraorden global, en el mejor de los casos es su perfecto correlato,

que bien puede resultar ser tan nefasto y nocivo como lo es el neoliberalismo mismo para la democracia (McChesney, 2002). “De hecho, cuando en los ochenta se producía el intento de establecer un Nuevo Orden Económico Internacional [el neoliberalismo], vendrá ineludiblemente asociado a la creación también de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Se ponía así de manifiesto que la hegemonía de una elite de naciones sobre el resto no era sólo una cuestión económica, sino que estaba produciendo al mismo tiempo desigualdades en el acceso y distribución de contenidos” (Labio, 2005). Aunque para ser exactos, es preciso insistir, como ya hemos señalado anteriormente, en que “el sistema global de medios de comunicación no es el resultado espontáneo del “libre mercado” ni de la ley natural sino que por el contrario es consecuencia de una serie de importantes políticas estatales que han creado el sistema” (McChesney, 2002: 243); y en cuya discusión (redacción) han participado de manera decisiva los protagonistas del sistema, no así la ciudadanía, que ha participado más bien poco o nada (McChesney, 2002: 243).

En realidad en todos los lugares del mundo ocurre lo mismo y las corporaciones de medios de comunicación tienen la ventaja adicional de controlar los mismos medios de información que deberían ser el ámbito en el que los ciudadanos pudieran encontrar la crítica y la discusión sobre la política periodística en una sociedad libre. La historia conocida es que las corporaciones de medios han utilizado su dominio de los servicios informativos para beneficiarse a sí mismos, consolidando de ese modo su potencial de influencia política (McChesney, 2002: 243).

Una cuestión que, contradictoriamente, se puede advertir e identificar fácilmente, por un lado, al mismo tiempo que puede diluirse a través de un verdadero laberinto desinformativo difícilmente reconocible por el receptor (Labio, 2005); y que en la inmensa mayoría de los casos el gobierno de los Estados Unidos es el encargado de financiar secretamente. Se trata del “desarrollo de los medios” en más de 70 países, a través de los diferentes programas (algunos de los cuales pueden ir de algunos miles hasta varios millones de dólares) de “reparticiones públicas como el Departamento de Estado, el Departamento de Defensa, la Agencia de EEUU para el Desarrollo Internacional (US Agency for International Development, USAID), el Fondo Nacional para la Democracia (National Endowment for Democracy, NED), el Consejo Superior de Radiodifusión (Broadcasting Board of Governors, BBG) y el Instituto de EEUU para la Paz (US Institute for Peace, USIP)” (Bigwood, 2008). Al respecto, la directora de comunicaciones de Fairness and Accuracy in Reporting (FAIR) –Imparcialidad y Transparencia en la Información–, un observatorio de medios de Nueva York sin fines

de lucro, Isabel MacDonald, señala: “Éste es un sistema que, a despecho de su profesada adhesión a las normas de la objetividad, a menudo trabaja contra la verdadera democracia (...) apoyando la disensión sofocante y sin discriminar la información falsa que resulta útil a los objetivos de la política exterior de EEUU” (Bigwood, 2008).

En efecto, “el gobierno de EEUU es el proveedor más grande de fondos para el desarrollo de los medios informativos en todo el mundo, habiendo destinado más de 82 millones de dólares en 2006, sin incluir el dinero del Pentágono, de la CIA o de las embajadas de EEUU en los países receptores” (Bigwood, 2008). Sin contar otras triangulaciones (de manos de contratistas y de “organizaciones internacionales sin fines de lucro”), mediante las cuales hace llegar dinero a diferentes ONGs y a periodistas en el extranjero (Bigwood, 2008). Esta estrategia de financiar a los medios internacionales mediante determinadas triangulaciones de los Estados Unidos es bastante habitual en materia de política internacional.

El llamado “caso de Chile”, una vez más, es un ejemplo sin igual de tales maniobras, tal y como lo señala la abundante cantidad de documentos desclasificados de la CIA, como también los Informes Church (1975) y Hinchey (2000)⁹⁷. Al respecto el exasesor político del Presidente Allende, Joan E. Garcés, nos recuerda que dicho informe - Church-, motivado por una consulta a la CIA por parte del Congreso estadounidense, constituye el primer reconocimiento expreso por parte de este organismo de inteligencia respecto a su abierta intromisión en un país e implica el reconocimiento formal respecto del rol neurálgico que le cupo en el golpe de estado (Cover Action) que terminó con el gobierno democrático de Salvador Allende y la democracia en Chile (UAH, 2013); y que “las investigaciones del Congreso establecieron que el financiamiento clandestino de EEUU a medios extranjeros desempeñó a menudo un papel relevante en la política

⁹⁷Informe de la Comisión designada para estudiar las operaciones gubernamentales concernientes a actividades de inteligencia llevadas a cabo en Chile entre 1963 y 1973. Esta comisión estuvo a cargo del extinto senador Frank Church. (“Informe Church”, 18 de septiembre de 1975). Respecto del segundo informe, diremos que sus propósitos, fines y actividades lo definen de modo explícito, como vemos en el texto con que se presenta: “Informe Hinchey sobre las actividades de la CIA en Chile. En respuesta a la Sección 311 de la Ley de Autorización en Materia de Inteligencia (Intelligence Authorization Act) para el Año Fiscal 2000 (de aquí en adelante “Enmienda Hinchey”), la Comunidad de Inteligencia (CI), dirigida por el Consejo Nacional de Inteligencia, revisó una serie de archivos relevantes de la CIA de ese período, básicamente a partir de recientes búsquedas documentales; estudió gran número de informes del Congreso concernientes a las actividades en Chile en los años 60 y 70; leyó las memorias de figuras clave, incluidas las de Richard Nixon y Henry Kissinger; revisó el archivo histórico oral de la CIA que se encuentra en el Centro de Estudios de Inteligencia; y, consultó con funcionarios de inteligencia en retiro que estuvieron directamente involucrados” (Informe Hinchey, 18 septiembre de 2000).

exterior, pero en ninguna parte tanto como en Chile a comienzos de los años 70. “La principal operación de propaganda de la CIA, a través del periódico de la oposición *El Mercurio*, probablemente contribuyó lo más directamente posible al derrocamiento sangriento del gobierno de Allende y de la democracia en Chile”, dijo Peter Kornbluh, analista del National Security Archive (Archivo de Seguridad Nacional), un instituto de investigación no gubernamental independiente (Bigwood, 2008).

Asimismo, Estados Unidos en estos temas llegó más lejos aún, pues “en la década de 1950 y 60 la CIA –precediendo a los ochenta cuando la guerra psicológica desarrollada por el Pentágono adquiere la forma del conflicto de baja intensidad⁹⁸ comenzó a trabajar para encontrar los medios para influir sobre la cognición humana, la emoción y el comportamiento; a través del uso de la comprensión psicológica del ser humano como un proceso social se experimentó con el aislamiento, las drogas y la hipnosis a objeto de dar con las claves de la manipulación ambiental de un sujeto. Los científicos financiados por Estados Unidos han buscado durante mucho tiempo los mejores medios para controlar el comportamiento humano. Este la investigación ha incluido el uso de la energía electromagnética inalámbrica dirigida bajo el título de “Guerra de Información” y “armas no letales”. En este sentido y siguiendo el planteamiento foucauldiano en materia de control social, existirían tres formas de moldeamiento de los cuerpos, a saber, uno que está virtualmente remitido a los espacios de *disciplinamiento* (prisiones, escuela, fábrica), la gestión de la vida organizada por las medidas *biopolíticas* (políticas estatales en salud, vivienda, seguros previsionales, etc.) (Foucault, 1976), y, por último, la modulación de la memoria regulada por la *noopolítica*, en virtud de la gestión de las redes tecnológicas audiovisuales, el *marketing* y la constitución de la opinión pública.

De modo tal que las nuevas capacidades tecnológicas han sido desarrollados en los proyectos de presupuesto negro (Phillips & Seiros, 2013). Uno de los experimentos de que se tiene conocimiento público, gracias a la Comisión Rockefeller (1975), fue la Operación MK Ultra llevada a cabo por la CIA con dichos propósitos. Otro tanto representan los experimentos encubiertos que realizó en el ámbito de las ciencias

⁹⁸El conflicto de baja intensidad es una lucha político-militar limitada para alcanzar objetivos políticos, sociales, económicos y psicológicos. Es con frecuencia prolongada y varía desde presiones diplomáticas, económicas y psicológicas hasta el terrorismo y la insurgencia. El conflicto de baja intensidad está en general confinado a un área geográfica y, usualmente, se caracteriza por restricciones en el armamento, tácticas y nivel de violencia (Reporte final del Estado Mayor Conjunto del ejército de Estados Unidos, citado por Carlos Fazio, 1996).

sociales como Project Camelot, que llevó a cabo en Chile por esos años. Así lo recuerda el desaparecido catedrático español José Vidal-Beneyto:

Proyecto Camelot, seguramente el mayor escándalo científico-social del siglo XX. Se trata de una operación para prever las causas de las revoluciones en los países en desarrollo, así como los medios para eliminarlas. Con un presupuesto de seis millones de dólares, estaba encuadrado en SORO –Special Operation Research Organization– y tuvo como acomodo académico la American University de Washington, especializada en investigaciones sociales aplicadas. Se decidió que la acción comenzaría en Chile. Fueron invitados a participar más de 59 investigadores, pero dos de los contactados, los profesores Johann Galtung y Eduardo Fuenzalida, decidieron tirar de la manta e informar a la prensa de lo que se proyectaba. Poco después, los medios dieron noticia de que se estaba movilizand o a profesores universitarios y a científicos sociales para reunir datos y procesarlos en función de los intereses del Ejército norteamericano. La reacción fue grande y provocó la intervención del Comité de Relaciones Exteriores del Senado, presidido por William Fulbright, de los secretarios de Defensa y de Estado y finalmente del mismo presidente Johnson, que decidió poner fin al proyecto. La fiabilidad del estamento universitario y los científicos sociales norteamericanos quedó muy mal parada y en la pugna entre los departamentos de Estado y de Defensa, el primero se alzó esta vez con la mejor parte (Vidal-Beneyto, 2007).

Cabe destacar que el fallido Proyecto Camelot (1963-64), como veremos más adelante, formaba parte del mega-plan dual de desestabilización/intervención de la política chilena (1962-1973) diseñado bajo la administración Kennedy con el fin de evitar que Allende accediera a la primera magistratura y, luego, una vez fracasado dicho intento, derrocarlo sin más. Es preciso destacar que en Estados Unidos, detrás de todos estos programas y maniobras que desarrolla su gobierno, con sus órganos de Estado, entre los cuales cabe mencionar obviamente a la CIA, existe una clase dirigente que lo controla todo a nivel nacional como internacional y que se sustenta sobre la base de una enorme red de familias de alto *standing*, “estilos de vida similares, afiliaciones corporativas, y las membrecías en clubes sociales de élite y las escuelas privadas” (Phillips y Soeiro, 2013).

Una verdadera trinidad del poder compuesta por la elite financiera, militar y política que se fue consolidando hasta llegar a obtener las cuotas inalcanzables de poder como las que exhiben hoy en día. Precisamente, C. Wright Mills, en su libro *La élite del poder* (1956), todo un clásico en el tema de la concentración del poder económico, nos muestra a través de su estudio cómo es que efectivamente se fue consolidando esa poderosísima élite de alcance global con posterioridad a la II Guerra Mundial. Respecto de la cual “lo que dijo Jacobo Burckhardt de los ‘grandes hombres’ muy bien podrían

decirlo la mayor parte de los norteamericanos de su élite: ‘Son todo lo que nosotros no somos’” (Mills, 1987: 11). Dicho en el lenguaje del Occupy Wall Street, representan el uno por ciento de la población.

En nuestro tiempo se presentan momentos decisivos y en esos momentos decisivos no dejan de decidir pequeños círculos. En cualquier caso esos grupos son una minoría del poder. Uno de esos momentos fue el lanzamiento de las bombas ‘A’ sobre el Japón; otro fue la decisión acerca de Corea; lo fueron también la confusión acerca de Quemoy de Matsu, así como anteriormente Dienbienfu; otro “momento” semejante fue la serie de maniobras que hicieron participar a los Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial. ¿No es verdad que gran parte de la historia de nuestros días está compuesta de momentos como éstos? ¿Y no es eso lo que quiere decirse cuando se afirma que vivimos en un tiempo de grandes decisiones, de poder decisivamente centralizado? (Mills, 1987: 28)

En esta suerte de cartografía del poder estadounidense, que anida tras del sistema global de medios de comunicación de masas, aparecen un par de datos, francamente reveladores, por lo que merecen la pena ser consignados acá: “ciento dieciocho personas comprenden el número de miembros de las juntas de dirección de los diez grandes gigantes de los medios de comunicación. Estos ciento dieciocho son los individuos que a su vez integran las juntas directivas corporativas de doscientas ochenta y ocho empresas nacionales e internacionales” (Phillips & Soeiro, 2013). Y, “cuatro de las diez empresas de comunicación en los EEUU tienen los contratistas del Departamento de Defensa en sus consejos de administración, incluyendo: William Kennard: *New York Times*, The Carlyle Group; Douglas Warner III, GE (NBC); Bechtel John Bryson: Disney (ABC), Boeing; Alwyn Lewis: Disney (ABC), Halliburton; Douglas McCorkindale: Gannett, Lockheed-Martin” (Phillips et al., 2013). De lo anterior se desprende, como plantean Chomsky y Herman (2005), que los grandes medios de comunicación son genuinos y fieles representantes de los intereses de una poderosa elite estadounidense de dominación mundial; por lo que resulta más o menos evidente que una pieza clave en su geopolítica de poder y dominación es, precisamente, la (*des*) *información* y la comunicación, de la que son unos verdaderos guardianes, de los mensajes ideológicos, los controladores de noticias y contenidos de la información (Phillips et al., 2013).

En la actualidad la combinación del clima político (neoliberal) y la capacidad tecnológica presenta unas condiciones prácticamente insuperables para el ejercicio de la manipulación generalizada por parte de los medios de comunicación, lo cual implica de

suyo la elaboración artificial de nuestra realidad. No obstante, la manipulación se ve favorecida y no sólo por flujo de información circulante a través de los medios de comunicación de masas, sino también por parte de la especial disposición de los estados emocionales y cognitivos de amplios sectores de la ciudadanía global, que están siendo constantemente bombardeados (la “guerra de la Información”) por una larga serie de programas procedentes de la diplomacia, las administraciones, las agencias de inteligencia, los *think tanks* y una serie de organizaciones no gubernamentales (ONGs) destinadas específicamente a manipular la opinión pública, generar miedo, división e incertidumbre ciudadana. Una larga lista en la cual habría que incluir, también, por cierto a los propios medios de comunicación corporativos (con su tupida red de publicaciones, *websites*, emisiones radiofónicas y de TV) (Phillips et al., 2013). Una poderosa maquinaria desinformativa que ha sido denominado como “maquinaria ruidomediática” que tiene por objeto –como plantea Ramonet– la saturación bajo la premisa de que la mala y abundante información debe, a lo menos, ahuyentar necesariamente a la buena (Brock, 2004).

Asimismo, con motivo de la “Invasión a Iraq” es posible distinguir, además, otras técnicas desinformativas que fueron puestas en práctica por parte de los medios de comunicación y que sería pertinente agregar a lo ya dicho, nos referimos concretamente al caso de los periodistas “adscritos” (*embedded*), incorporados a los pelotones militares y vestidos con uniformes, como única manera de reportear. En directa alusión a la forma y las maneras de informar de otros conflictos bélicos, como por ejemplo la Guerra de Vietnam, en donde la prensa tuvo libre acceso al campo de batalla y jugó un rol destacado en lo que rechazo ciudadano se refiere. Al respecto el experiodista de CNN y AP, Peter Arnett, Premio Pulitzer 1966 y periodista estrella de la primera invasión a Iraq (1991) señaló que ésta fue la primera guerra extranjera con participación de Estados Unidos en la que la prensa cuestionó el pensamiento del gobierno, las decisiones de los generales y las opciones políticas sobre las cuales se basó la guerra, y exfotógrafo de United Press International (UPI) Bob Carroll afirmó, por su parte, que “nunca más será posible cubrir guerras como Vietnam”: “¿Qué aprendieron en Vietnam los militares sobre dar acceso a la prensa? Que no hay que darlo” (Graber, 2010).

Por su parte, la periodista Mónica García Prieto, Premio José Couso 2013, quien ha sostenido en una entrevista que desde las Torres Gemelas y especialmente desde el 2003 y la invasión de Iraq el periodismo ha cambiado radicalmente, señaló que dicha fórmula “hizo que se perdiera el respeto por el reportero de guerra y además creó la paranoia de que es muy peligroso trabajar en una guerra” (Pena Pérez, 2013). A la par de la contaminación sistematizada de los flujos informativos con bazofia informativa (“infoxicación”⁹⁹) llevada a cabo por los gobiernos de EEUU, Inglaterra y España, junto al ruido informativo y la subversión de conceptos clave (terrorismo, democracia, libertades, derecho internacional), terminaron por silenciar casi por completo cualquier tipo de disidencia y los puntos de vistas contrarios (Marthoz, 2007). Pues, efectivamente, en estos conflictos, que son también guerras discursivas y de palabras, el que define los términos del discurso y las palabras termina por dominar (Marthoz, 2007). Stendhal señaló, tal y como nos los recuerda Fernández Campo (2004: 16) al respecto que “la palabra ha sido dada al hombre para ocultar su pensamiento” (citado en como por su parte Ionesco, parafraseando un viejo aforismo, señaló: “¡Oh, palabra, cuántos crímenes se cometen en tu nombre!” citado en (citado en Fernández Campo, 2004:14).

El lenguaje produce una manera de entender el mundo, si nosotros no tenemos palabras para entender el mundo otros pondrán en nosotros ese vocabulario sobre el cual nosotros incorporamos y vivimos el mundo (...) Eso quiere decir que otros están produciendo el significado de las cosas y nosotros simplemente actuamos sin saber qué es lo que estamos diciendo. Es decir, usted no lo piense, que el sistema lo ha pensado por usted (...) Si lo planteamos en término de lenguaje donde somos seres humanos y por tanto desde la lógica de la comunicación, podríamos entender que siete de cada diez conceptos teóricos son producidos por los tanques de conocimiento de Estados Unidos” (Córdoba, 2008).

Por otra parte, tenemos que el mejor aliado de la enorme maquinaria de *desinformación* es una opinión pública ignorante, que en muchos casos aboga, inconscientemente, por la censura y las restricción a la prensa (para investigar en tiempos de conflicto) y que se informa mayoritariamente a través de la TV (Marthoz,

⁹⁹En “Como sobrevivir a la infoxicación”, conferencia de Alfons Cornella: “El concepto de productividad personal está muy ligado con algo que creo que va a ser muy importante, que es la idea de que tenemos un exceso de información y que para poder ser más productivos vamos a tener que poder manejar este exceso de información que en un momento de especial locura mental denominé infoxicación”. Disponible en: http://www.infonomia.com/img/pdf/sobrevivir_infoxicacion.pdf Consultado el 13/12/2014. “Todo este fenómeno debería llamarse la 'explosión de la desinformación', indigerible y confundidora" (Hugo Pardo y Cristóbal Cobo). El País, 8 de enero de 2012. Disponible en http://elpais.com/diario/2012/01/08/eps/1326007611_850215.html. Consultado el 20/07/2013.

2007). Un 82% de la audiencia estadounidense adscribe a esta visión de audiencia (Marthoz, 2007) y manifiesta su voluntad en orden a que los medios abandonen el rol de contrapeso y equilibrio del ejercicio del poder, consagrado por la teoría clásica de la democracia; tal y como ocurrió con los medios estadounidenses con motivo de la invasión de Iraq, según concluyó Susan D. Moeller (2004), de la Universidad de Maryland, en su investigación en profundidad realizada entre 1998 y 2003 respecto de la cobertura mediática sobre las armas de destrucción masiva.

Quando la CNN muestra el misil que se lanza desde un portaaviones”, nos explicaba en el 2005 el director de informaciones de *AlJazeera*, “nosotros difundimos las imágenes de dónde explota”. Incluso si con anterioridad, los públicos filtraban, o incluso “leían al revés” las informaciones que les llegaban de los medios de comunicación occidentales, la aparición de nuevos actores mediáticos ha transformado significativamente la descodificación del mundo y de su actualidad más candente (Marthoz, 2007).

Por lo tanto, tenemos que “la globalización, presentada como el instrumento imparable del efecto ‘americanización’, exacerbando las reacciones identitarias y, de paso y catastróficamente, ha provocado una tremenda fragmentación del espacio mediático alrededor de ideas o de eslóganes —étnicos, religiosos, culturales, y políticos— que obstaculizan toda la estrategia de dominación del discurso global” (Marthoz, 2007). Tal y como señala el informe *State of the News Media 2006*, si bien es cierto que hoy existen cada vez más medios de comunicación, sin embargo los temas que se cubren parecen ser cada vez menos. Pues “los grandes acontecimientos son tratados cada vez más del mismo modo por periodistas generalistas que disponen de un número limitado de fuentes y de muy poco tiempo” Estas virtuales “evoluciones”, según destaca este mismo informe, fortalecen la capacidad de los “fabricantes de informaciones”, y sobre todo del gobierno para controlar lo que la opinión pública “merece saber” (Marthoz, 2007). Pues es preciso destacar que “un gobierno responsable y libre fundado sobre el consentimiento del pueblo, no puede existir sin una opinión pública bien informada... No es ésta únicamente la causa del periodismo que está en juego hoy en día, sino la de la libertad en sí misma” (Moyers, 2003). O sea, parafraseando a Richard Reeves, se trata, ni más ni menos, que de la “información que ustedes y yo necesitamos para preservar nuestras libertades” (citado en Marthoz, 2007).

La democracia, sobre todo en tiempos de crisis, necesita esencialmente una prensa audaz, curiosa y dinámica, un periodismo que sirva como salvaguarda ante las derivas del poder y los arrebatos de la opinión pública, que se atreva a enfrentarse a

las intimidaciones y las manipulaciones, por mucho que sean “patrióticas”, del Estado y sus complementos. También necesita un gobierno que reconozca su obligación de verdad y que acepte, aunque le cueste, el papel crítico de los medios de comunicación (Marthoz, 2007).

Ahora bien, llegados a este punto y habiendo circundado el concepto de la *desinformación* lo más exhaustivamente posible, dado que precisamente no abundan contenidos respecto del fenómeno en cuestión, con lo cual esperamos haber desarrollado un trayecto suficientemente útil como para que nos permita hacernos una idea más o menos acabada de las claves que rigen el funcionamiento del modelo desinformativo en el sistema global de medios comunicación de masas, con algún énfasis puesto en lo que respecta a la perspectiva de la recepción; nos parece oportuno, en esta parte, trasladarnos ya al epicentro del asunto, a saber, la dimensión conceptual del término desinformación, a fin de arribar a una *definición operacional* que sea de utilidad, especialmente de cara a la segunda parte de esta investigación. En este sentido nos remitimos a lo ya señalado en el acápite anterior, en lo que respecta a la breve reflexión sobre las definiciones, de tal modo que diremos que entendemos por definición operacional aquella que intentando ser más elaborada, clara y rigurosa, deja poco o casi ningún margen, precisamente, a la ambigüedad (Matza, 1981). Aun cuando sabemos “que los sujetos ordinarios de la investigación tienen la capacidad suficiente para subvertir tales concepciones y convertirlas en inútiles” (Matza, 1981: 22).

2.2.8. BREVE DISCUSIÓN CONCEPTUAL: HACIA UNA DEFINICIÓN OPERACIONAL DE DESINFORMACIÓN

Primeramente, sería pertinente remitirnos a lo dicho para esta parte en el acápite anterior respecto de la definición de *propaganda*. En efecto, igual que este concepto, el significado del término desinformación no es que haya sido convocado de maneras tan disímiles ni en sentidos tan amplios y diversos, sino que dada la naturaleza específica de nuestro estudio es más o menos indispensable dar con una definición más elaborada, más allá de una de carácter *nominal*. O sea, se trata de dar con una definición que deje escaso margen a la ambigüedad. En segundo lugar, en un esfuerzo lingüístico más bien deconstructivo, el hecho de tratarse de una palabra morfológicamente compuesta por un prefijo tan determinante como el prefijo *des* nos surge la estrategia de aproximarse al

significado conceptual del término *desinformación* por *oponibilidad*; es decir, por oposición, pues no podemos desconocer que resulta de pleno sentido común que la noción de *desinformación* presupone implícitamente la de *información*, de la cual es su opuesto o su negación, así como la noción de “verdad” supone la noción de “mentira”.

Asimismo, es preciso reiterar, una vez más, que estamos hablando de un elemento neurálgico y vertebrador de la sociedad, la cultura (Castells, 2009) y el actual orden global (Marthoz, 2007): “la comunicación y la información han sido las fuentes fundamentales del poder y del contrapoder, de la dominación y del cambio social” (Castells, 2012). Por lo demás, la necesidad de (comunicar e) *informar*, de transmitir ideas y pensamientos es, en definitiva, una necesidad profunda y esencialmente humana, pues somos lo que somos en el lenguaje y en el comunicar (Maturana, 2001; Buber, 1984: 7); y que la facultad exclusivamente humana del *instinto del lenguaje* tiene su (única) razón de ser, precisamente, en el *comunicar* y en el *informar*; o sea en el transmitir contenido desde un hablante a un oyente/receptor (Pinker, 1999). Será por ello, como hemos mencionado anteriormente, que esta necesidad profundamente humana ha sido incluso visionariamente amparada legalmente en algunos importantes textos constitucionales, como es el caso de la Primera Enmienda a la Constitución de los Estados Unidos¹⁰⁰, la cual desde hace más de dos siglos y en una breve redacción estableció que esta necesidad humana es también un derecho (fundamental).

Otro tanto representa la Constitución Española (1978) –la primera constitución europea en hacerlo–, que en su Artículo 20 consagra también el derecho a la información, o la Declaración de principios sobre la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA)¹⁰¹. Y, por si fuera poco, la época que nos toca vivir no por nada ha sido denominada (mal llamada, a juicio de Castells¹⁰²) *sociedad de la información*; un concepto acuñado por el sociólogo estadounidense

¹⁰⁰ La Primera Enmienda a la Constitución de los Estados Unidos, redactada en 1791, forma parte de la Carta de Derechos de este país y señala en su concisa redacción que: “El Congreso no hará ley alguna por la que adopte una religión como oficial del Estado o se prohíba practicarla libremente, o que coarte la libertad de palabra o de imprenta, o el derecho del pueblo para reunirse pacíficamente y para pedir al gobierno la reparación de agravios”. Consultable en: <http://www.archives.gov/espanol/constitucion.html>. Consultada el 28/05/2013.

¹⁰¹ Consultable en: <http://www.cidh.org/Basicos/Basicos13.htm>. Consultada el 28/05/2013.

¹⁰² Castells privilegia denominarla *sociedad informacional* por la sencilla razón de que, a su juicio, todas las sociedades a lo largo de la historia de la Humanidad han sido del *conocimiento y la información*, en cambio, no todas han sido *informacionales*, o sea, de un nuevo (sistema) tecnológico basado en las TICs de base microelectrónica y de comunicación a través de redes digitales (RTV.es, 2013).

Daniel Bell (*The Coming of Post-Industrial Society*, 1973) para describir, un tanto premonitoriamente, el rol neurálgico que jugarían las tecnologías (de la información) en el proceso de facilitar la creación, distribución y manipulación de la información en todos los ámbitos de la sociedad.

En tercer lugar, cabe señalar también que el término *información* presenta, como era de esperar, una no menor complejidad (respecto del de *propaganda*, por ejemplo) a la hora de ser abordado, especialmente a la luz de ciertas combinaciones posibles y pertinentes con otros elementos (espacio-temporales) contextuales (históricos, sociológicos, políticos), teóricos (filosóficos), igualmente complejos (Fernández, 1999); de lo cual da cuenta en gran medida la diversidad de definiciones existentes a partir de esas múltiples aproximaciones –y enfoques teóricos e interdisciplinares– de que es susceptible, para advertir la vasta complejidad científica que adquiere el campo (Sierra, 1999: 89).

Y, no es que estemos hablando de imposibles taxonómicos foucauldianos ni de negacionismos baudrillardianos (de la realidad) –muy propios del constructivismo– sino de entrar lisa y llanamente al tema conceptual. La idea es renunciar *a priori* a la pretendida idea de los distintos cientistas sociales de fijar monosémicamente un concepto de suyo ambivalente por definición, como casi todos –por no decir todos– en ciencias humanas y sociales, ante la diversidad de acepciones, de usos y sentidos lingüísticos en la actividad del conocimiento (Sierra, 1999: 89), atendiendo a una “compleja trama que teje el sentido y los usos de lo informativo y lo comunicacional en los niveles y ámbitos de la sociedad, la cultura y la naturaleza” (Sierra, 1999: 89). Un claro ejemplo de ello representa el hecho de que Hans Walush llega a analizar hasta 1.516 definiciones distintas del concepto en cuestión (Angulo, 1996: 190-5). Dicho lo cual, diremos que para no complejizar innecesariamente las cosas, nos basta con remitirnos a los términos fundamentales con que en Teoría General de la Información –más allá de la teoría informacional de Shannon y Weaver (1949)– se despacha nominalmente el concepto de *información*, a saber, se trata de un concepto **relativo a la noción de mensaje, o sea, a la parte noticiable de un hecho o acontecimiento**.

De tal modo que por información entendemos, en términos generales, **un determinado contenido noticioso que al no poseer afanes persuasivos ni manipuladores (de convencer, influir, vender) busca, principalmente, hacer saber;**

o sea, se trata de contar/dar a conocer un hecho o mensaje (informativo) –que corresponde a una representación de la realidad que constituye una (re)construcción del acontecimiento noticioso– detectado y aprehendido por un informador equis y transmitido a un receptor determinado. Dicho de otro modo, la *información* (en tanto actividad) se refiere “al intento, por parte de ciertas personas dedicadas a la elaboración de mensajes de corte informativo, de ‘dar cuenta’ de la realidad social (creada/recreada o construida) a una (determinada) audiencia dada” (Fernández, 1990: 212).

Para Miguel Urabayen “información es –en el caso más simple que podamos imaginar– la percepción de un estímulo o de un dato por un sujeto receptor capaz de percibir dicho estímulo o dato y que abarca todo aquello que traspasa el umbral de percepción del sujeto receptor, cualquiera que sea la fuente de procedencia” (Urabayen, 1988: 9). Asimismo, Luka Brajnovic, en su libro titulado *El ámbito científico de la información* (1985), en un intento por establecer una útil diferencia entre *comunicación* e *información*, señala que “la información es el conjunto de formas, condiciones y actuaciones para notificar o hacer saber –individualmente o públicamente– los elementos de conocimiento, de hechos previsibles, todo ello mediante un lenguaje adecuado y comunicable, utilizando palabras o signos, señales y símbolos, expresados directamente o a través de los conductos y sistemas aptos para este fin, como son los medios de comunicación social o cualquier otro instrumental especulativo” (Hernández, 2001: 38; Goldón, 1999: 138).

Al margen de lo que señalan otros autores, Brajnovic plantea que si la *información* carece de verosimilitud y exactitud “no es información, aunque solemos llamar a tal fenómeno información falsa, tendenciosa, equívoca, etc. [En definitiva desinformación] (...) que se suele llamar información únicamente porque emplea las formas y procedimientos informativos” (citado en Hernández, 2001: 38-39). Y agrega una característica sustancial de la información, la de diferenciarse del concepto de comunicación: “casi toda información necesita ser comunicada, mientras que la comunicación no tiene que ser siempre informativa” (Hernández, 2001: 38-39).

Por último, para este autor *información*, *propaganda* y *publicidad* comparten estatus a partir de ciertos elementos comunes en la medida en que arriban a las audiencias a través de los medios de comunicación social, diferenciándose en el hecho de que tanto

la *publicidad* como la *propaganda* son esencialmente persuasivas, mientras que la información tiende en sí misma a la verdad, pues no tiene otro propósito que “hacer saber” (Hernández, 2001: 39). De hecho, en los estudios de Teoría General de la Información se acepta de manera casi generalizada que la *información* es, en sí misma, aséptica, y es en este sentido que Rodrigo-Alsina afirma que “la efectividad del discurso periodístico informativo no está en la persuasión (hacer creer) o en la manipulación (hacer hacer) sino sencillamente en el hacer saber, en su propio hacer comunicativo” (Rodrigo-Alsina, 1989: 14).

La RAE, por su parte, señala para información a los menos ocho acepciones distintas, de las cuales las siguientes se ajustan a nuestros propósitos: (Del lat. *informatio*, -ōnis) 1. f. Acción y efecto de informar. U. m. en pl. 5. f. Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada. 6. f. Conocimientos así comunicados o adquiridos. 8. f. ant. Educación, instrucción”. Ahora bien, hemos de tener en cuenta que para el prefijo “des”, en el diccionario de uso de la RAE, DRAE (2001) existen cinco acepciones distintas, las que de un modo u otro están acordes con nuestros propósitos, a saber: “1. pref. Denota negación o inversión del significado del simple. 2. pref. Indica privación. 3. pref. Indica exceso o demasía. 4. pref. Significa ‘fuera de’. 5. pref. A veces indica afirmación” (DRAE). Con lo cual tendríamos que hacer, necesariamente, a partir de aquí y de las definiciones de *información* recopiladas hasta este punto (y de sus elementos neurálgicos, el “hacer saber” o “dar a conocer” un contenido al margen de aspectos persuasivos y manipuladores), una primera aproximación al concepto de la des-información. De modo que, en principio, podríamos definir *desinformación* como

“Negarse” a “hacer saber”, a “contar” o a “dar conocer”, en definitiva, privar a la opinión pública del conocimiento de un acontecimiento noticioso; o, bien, “hacer saber”, “contar” o “dar a conocer” algo de manera tan excesiva y abundante como para impedir –cual cortina de humo– percibir dicho acontecimiento noticioso.

Al respecto, cabe señalar que esta última dimensión del concepto de *desinformación* coincide plenamente con la visión que sostiene Ignacio Ramonet al respecto. Pues la eventual cortina de humo, a su juicio, es una causa directa de la banalización y la saturación de contenido vacuo que abunda hoy por hoy en los medios de comunicación de masas (Serrano, 2009: 12). Recapitulando. Él, más bien, describe el fenómeno de la

desinformación no como *omisión* sino más bien como *saturación*, de tal modo que la censura y la manipulación de los contenidos se da más por la hiperabundancia que por ausencia de contenidos. Lo cual en cualquier caso es manipulación y un tipo de censura o sesgo: la desinformación como sesgo sistemático y manipulativo (Chomsky y Herman, 2005).

Ahora bien, respecto de la RAE y el concepto de *desinformación* cabría señalar que estamos en presencia de un concepto relativamente reciente. Una muestra de ello quedó de manifiesto al momento de formular –vía *e-mail*–¹⁰³ la correspondiente consulta al diccionario de la Real Academia Española (RAE). Nos confirmaron que en efecto la palabra en cuestión se consigna en el DRAE (Diccionario de la lengua española/panhispánico de dudas, primera edición, 2005) desde la vigésimo primera edición de 1992; no obstante figurar en el *Diccionario manual* de la RAE desde la edición de 1983. Por lo que tenemos que este corpus lingüístico, en su vigésima segunda edición y en una segunda acepción, señala escuetamente que *desinformación* se refiere a la **“acción y efecto de desinformar”**. Y, a su vez, desinformar, para idéntico corpus lingüístico, se corresponde con **“dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines”**. Sin embargo, siguiendo a Roland Jacquard (1988), tendríamos que consignar que *dezinformatsia* ya aparece en la Enciclopedia Soviética en 1952, **como la propagación de informaciones falsas con el fin de crear confusión en la opinión pública** y que esta misma enciclopedia en 1972 **amplió su significación a los contenidos silenciados y deformados**, como el Petit Larousse más tarde en 1982, relaciona la desinformación con la acción de suprimir, minimizar o modificar el sentido de la información (Jacquard, 1988).

Por su parte este mismo autor define desinformación como un “conjunto de técnicas utilizadas para la manipular la información conservando su verosimilitud con el fin de influenciar sobre la opinión y las reacciones de la gente” (Jacquard, 1988: 9).

En tal sentido, Fraguas de Pablo señala que la *desinformación* corresponde a una forma contraria a la *información veraz*, que supone una intención en la mente del sujeto promotor o emisor del mensaje y “una técnica para que el flujo informador-receptor

¹⁰³ La respuesta con fecha 22 de marzo de 2010 fue la siguiente: “En relación con su consulta, le remitimos la siguiente información: En el *DRAE* figura desde la edición de 1992, pero ya figuraba en el *Diccionario manual* de la RAE desde la edición de 1983”.

produzca los efectos de acuerdo con la intención deformante” (Fraguas de Pablo, 1985: 53).

Guy Durandin, junto con profundizar en la relación que une la *mentira* con la realidad, señala que la desinformación es “la cara negativa de la información... un conjunto organizado de engaños en una era en la que los medios de comunicación se hallan enormemente desarrollados” (1995: 24). De tal modo que, siguiendo a este autor, la *desinformación* (o la mentira) puede llegar por la omisión o alteración de elementos que son imprescindibles para que la representación de la realidad sea válida y veraz.

Para Armand Mattelart por su parte, la “desinformación se la entiende como el producto de un modo de producción de la información mediática que consiste en aislar los hechos, en alinearlos sin ponerlos en perspectiva, impidiendo así que se capte el vínculo entre los procesos que los constituyen en problema socio-político. El exceso de signos es necesariamente proporcional a la falta de sentido” (2007: 50).

Al respecto, el citado editorial de la Revista Orto (2000) también hace su aporte e identifica el concepto de desinformación como

el conjunto de técnicas (intoxicación, creación de noticias falsas, maniobras de distracción hacia temas secundarios, ocultación de información, limitaciones a la investigación independiente) empleadas por la autoridad estatal u organismos afines para orientar la opinión de un público receptor y aspirar con ello a influir en su comportamiento (manipulación de los sentimientos y las conductas de las personas) (...). La desinformación se inspira en un principio pragmático: se busca manipular audiencias, grupos humanos o círculos específicos. Cuando es necesario, la desinformación adquiere la dimensión de una auténtica guerra psicológica al servicio de los intereses militares (...) es, por tanto, una forma de violencia a través de la persuasión que, esencialmente, comparte las mismas características del discurso persuasivo al que pertenecen la información periodística (persuasión cognoscitiva), la propaganda (persuasión ideológica) y la publicidad (persuasión comercial) (...). La omnipresencia del discurso persuasivo en la sociedad contemporánea es innegable y garantiza, a través de los *mass-media*, la prevalencia de determinados significados contruidos jerárquicamente por las principales instituciones de control y coacción sociocomunicativa: la empresa, los partidos políticos y las iglesias, en su papel de pilares del orden social (...). Vivimos, por tanto, inmersos en el discurso persuasivo al que estamos permanentemente expuestos, aunque hayamos rutinizado tanto su presencia que casi no nos demos cuenta de su proximidad.

En dicho editorial se reitera además que en todos estos casos, “el discurso persuasivo busca en el receptor la conformidad con el mensaje, la identificación con la idea expresa o subyacente y la internalización del significado, de hecho, la desinformación gubernamental ha aprendido mucho de las modernas técnicas publicitarias para parasitar

potenciales clientes y reducir al mínimo la resistencia psicológica del receptor domando su subjetividad” (Revista Orto, 2000).

Fraguas Pablo (1985) distingue como elementos determinantes de la *desinformación* la *intencionalidad*, la *negatividad* y la *conflictividad*. Es decir, estamos hablando de la existencia de una acción (intencional) dirigida, focalizada y destinada a trastocar o alterar los contenidos de la información relativos a ciertos hechos, circunstancias o acontecimientos, con el expreso y firme propósito de *manipular* y *dominar*. Estamos en presencia de los afanes/voluntad de construcción de realidad (intencionada y sesgada) a partir de un claro distanciamiento de los aspiracionales principios de la *objetividad*, la *neutralidad* y la *veracidad*.

La Teoría General de la Información señala, precisamente, que dichos afanes de *persuasión* y de *manipulación* son la antítesis de la acción/voluntad de informar que se remite, valga la redundancia, a *informar*, sin buscar convencer ni influir, ni proponer, sino simplemente se busca contar, *dar a conocer*. En definitiva, se trata de *hacer saber*, en vez de *hacer creer* o de *hacer hacer* (persuadir / manipular). Por lo general, los afanes persuasivos y manipuladores están al servicio de ciertos intereses o destinados a satisfacer ciertos propósitos, cuya negatividad está dada, además, por la dudosa moralidad/integridad de tales fines (Fernández, 1990). Respecto de la *negatividad* (de la intencionalidad de la acción des-informativa) resulta más o menos evidente que estamos en presencia de algo a todas vistas negativo dada la existencia de manipulación (alteración de contenidos) y la persecución de fines (poco nobles y edificantes) en función de cierta perspectiva ideológica de dominación (ilegítima) y abuso de poder (vulneración de derechos fundamentales), que favorece los intereses de ciertos grupos de poder o elites simbólicas generando situaciones de injusticia y desigualdad social en relación a las mayorías sociales (Van Dijk, 2009).

En relación a la *conflictividad*, en tanto componente fundamental también de la desinformación, tenemos que ésta se verifica, *per se*, en un escenario de conflictividad que genera la tensión de las relaciones de poder y las fuerzas en pugna. O sea, la perfecta ecuación *poder-contrapoder*, en donde las relaciones de poder han sido las relaciones sociales fundamentales en todo tiempo y lugar (Castells, 2012). Donde hay *poder* habrá siempre *contrapoder*. Relaciones que se construyen en la mente particular y colectiva, de las personas y los pueblos, a través de los procesos de comunicación. Es

por ello que el poder, el código fuente de la sociedad, basa su fuerza y poderío, principalmente, en el control de la *comunicación* y la *información*, pues es en ellos en donde prioritariamente tiene lugar la construcción (el formateo y la difusión) de significados en la mente humana (Castells, 2009: 535). Así es como obtiene nuestro consentimiento o nuestra resignación (miedo¹⁰⁴ o esperanza) respecto de determinados intereses y valores, pues “ése es el poder que se está manifestando en nuestra práctica, y de ahí la idea de que las relaciones de poder están absolutamente ligadas a las relaciones que unos llaman de influencia, otros llaman de control social, otros llaman de persuasión” (Castells, 2012).

Ahora bien, la conflictividad (social) emana de este fuerte proceso de relaciones sociales, de la lucha por modelar la mente de las personas, por controlar su sentir y voluntad, su conducta y accionar, o la total resistencia a ello; y, precisamente, se gatilla en el momento justo en que se produce la resistencia y el desafío al poder mismo. Una de las formas especiales de poder a lo largo de la historia lo constituye, indiscutiblemente, y en todas sus manifestaciones, el Estado y el poder político, el cual basa en gran medida su poderío en el credo de la gente, en su capacidad de aceptación o voluntad de resistencia a la implementación de las reglas sociales (Castells, 2012; 2009). La sociedad es producto de este juego dialéctico, es el fruto de los conflictos y las negociaciones entre actores sociales en la mayoría de los casos antagónicos, y es evidente que se trata de un juego que –como ya hemos señalado– ha de verificarse en un marco de legitimidad (aceptación) y de cierta ética de las actuaciones, de lo cual depende el incesante movimiento de reproducción social o de producción de cambio social. Un equilibrio precario que cuando se rompe por el lado del poder hablamos derechamente de abuso de poder y de ilegitimidad que pone en riesgo la justicia e igualdad social, y cuando ocurre por el otro estamos en presencia de un estallido social y de una revolución (“movimientos sociales” o “política insurgente”) (Castells, 2012; 2009).

¹⁰⁴ David Altheide, sociólogo de la comunicación de la universidad estadounidense de Arizona, señaló en una conferencia impartida en el año 2012 en la Universitat Rovira i Virgili (URV) que en los 50 “los expertos” analistas en comunicación descubrieron que el miedo capta más audiencia, dado que el miedo es la emoción más eficaz, por lo que nada nos hace obedecer más ni nada otorga más poder que el manejo del miedo. De tal modo que si el miedo capta audiencia, el terror sencillamente la dispara.

Como corolario para esta parte del asunto, diremos que aún es posible destacar un cuarto principio constitutivo de la *des-información*, que más bien opera como una característica implícita de ella y que la podríamos denominar provisionalmente como *imperceptibilidad*. En este sentido cabría tener presente que “el control mental por parte de los medios debería ser particularmente efectivo cuando el público no se percata de la naturaleza o de las implicaciones de tal control, y cuando cambia su manera de pensar independientemente de su propia y libre voluntad” (Van Dijk, 1994). No olvidemos que Lippmann concluyó hace más de 90 años que la influencia de los medios de comunicación opera en un plano netamente inconsciente (Noelle-Neumann, 2003: 192).

Es posible advertir en muchos casos que la industria de la desinformación se hace patente de modo ostensible y evidente, pero en otros casos –la gran mayoría de las veces– las maniobras de ocultamiento/invisibilización, distorsión/alteración/falsificación y manipulación/persuasión informativas resultan perfectamente imperceptibles ante nuestros ojos, porque operan a partir de las categorías del enmascaramiento, como por ejemplo cuando se manifiesta a través de la trampa de la *objetividad-subjetividad* o de la libertad de opinión/expresión. En efecto, según la Teoría General de la Información, el mensaje de tipo informativo, que en teoría posee un carácter aséptico y despercudido, de donde surge su pretendida *objetividad*, tiene la función y la pretensión de ser un reflejo, una re-presentación (objetiva) de la realidad a partir de la configuración de los hechos y acontecimientos. Y es, en cumplimiento de tal cometido (representación objetiva de la realidad), que pueden producirse ciertas alteraciones que finalmente redunden en prácticas y retóricas de ocultamiento (propaganda) o distorsión de la realidad (Fernández, 1999). El “mensaje interesado/intencionado”, en cambio, lo que busca son efectos persuasivos a partir de los contenidos del mensaje en relación a los hechos o acontecimientos re-presentados. Este es, por lo demás, el objeto de los diferentes estudios empíricos de la Mass Communication Research, que precisamente centra su atención en la masificación de los efectos masivos –valga la redundancia– producidos por los mensajes interesados e intencionados. Hemos procediendo a tabular las diferentes definiciones de los conceptos de *información* y *desinformación*, a modo de recapitulación, a objeto de poder percibir con mayor facilidad los elementos constitutivos de cada uno de los conceptos en la perspectiva de la configuración de la definición operacional que será formulada (tabla 1).

Tabla 1. Síntesis conceptual de “información”

Teoría Gral. de la Información	Un determinado contenido noticioso que al no poseer afanes persuasivos ni manipuladores (de convencer, influir, vender) busca, principalmente, (informar) “hacer saber”; o sea, se trata de ‘ contar ’/‘ dar a conocer ’ un hecho o mensaje (informativo), una representación de la realidad que constituye una (re)construcción del acontecimiento noticioso detectado y aprehendido por un informador equis a un receptor determinado.
Fernández, 1999	“Intento, por parte de ciertas personas dedicadas a la elaboración de mensajes de corte informativo, de ‘ dar cuenta ’ de la realidad social (creada/recreada o construida) a una (determinada) audiencia dada”
Urabayen, 1998	“Información es –en el caso más simple que podamos imaginar– la percepción de un estímulo o de un dato por un sujeto receptor capaz de percibir dicho estímulo o dato y que abarca todo aquello que traspasa el umbral de percepción del sujeto receptor, cualquiera que sea la fuente de procedencia”
Brajnovic, 1985	la información es el conjunto de formas, condiciones y actuaciones para notificar o ‘ hacer saber ’ –individualmente o públicamente– los elementos de conocimiento, de hechos previsibles, todo ello mediante un lenguaje adecuado y comunicable, utilizando palabras o signos, señales y símbolos, expresados directamente o a través de los conductos y sistemas aptos para este fin, como son los medios de comunicación social o cualquier otro instrumental o especulativos
Rodrigo Alsina, 1989	“La efectividad del discurso periodístico informativo no está en la persuasión (‘hacer creer’) o en la manipulación (‘hacer hacer’) sino sencillamente en el ‘ hacer saber ’, en su propio hacer comunicativo”
RAE	(Del lat. informatiō, -ōnis) 1. f. Acción y efecto de informar. U. m. en pl. 5. f. Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada. 6. f. Conocimientos así comunicados o adquiridos. 8. f. ant. Educación, instrucción”.

Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes mencionadas.

Luego de lo cual se advierte fácilmente que la *información* consiste en términos fundamentales en la transmisión (“hacer saber”) despercudida (sin afanes persuasivos) de un determinado contenido veraz y exacto (al margen de cualquier manipulación), por lo que operacionalmente este concepto puede ser definido como sigue:

Consiste en el “hacer saber” o “dar cuenta” (transmitir) de un hecho/acontecimiento, una determinada “representación de realidad” social (a modo de reconstrucción de un acontecimiento), con verosimilitud y exactitud, por lo que al margen de cualquier intencionalidad de persuadir (“hacer creer”) y de manipular (“hacer hacer”), a una audiencia determinada; y que por lo general corre por cuenta de personas dedicadas profesionalmente a ello.

A continuación procederemos de modo análogo con el concepto de desinformación (tabla 2).

Tabla 2. Síntesis conceptual de “desinformación”

RAE, 1992	“Se refiere a la “acción y efecto de desinformar”. Y, a su vez, desinformar se corresponde con “dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines”.
Fraguas Pablo, 1985	“Distingue como elementos determinantes de la desinformación la <i>intencionalidad, negatividad y la conflictividad</i> . Es decir, estamos hablando de la existencia de una acción (intencional) dirigida, focalizada y dotada expresamente del firme propósito de “manipular”, trastocar o de alterar los contenidos de la información relativos a ciertos hechos, circunstancias o acontecimientos”.
Jacquard, 1988	“Conjunto de técnicas utilizadas para la manipular la información conservando su verosimilitud con el fin de influenciar sobre la opinión y las reacciones de la gente”.
Durandin, 1995	“La cara negativa de la información... un conjunto organizado de engaños en una era en la que los medios de comunicación se hallan enormemente desarrollados”
Mattelart, 2006	“Se la entiende como el producto de un modo de producción de la información mediática que consiste en aislar los hechos, en alinearlos sin ponerlos en perspectiva, impidiendo así que se capte el vínculo entre los procesos que los constituyen en problema socio-político . El exceso de signos es necesariamente proporcional a la falta de sentido”.
(Editorial Orto, 2000)	Revista “El concepto de desinformación como el conjunto de técnicas (intoxicación), creación de noticias falsas, maniobras de distracción hacia temas secundarios, ocultación de información, limitaciones a la investigación independiente) empleadas por la autoridad estatal u organismos afines para orientar la opinión de un público receptor y aspirar con ello a influir en su comportamiento (manipulación de los sentimientos y las conductas de las personas) (...) La desinformación se inspira en un principio pragmático: se busca manipular audiencias, grupos humanos o círculos específicos. Cuando es necesario, la desinformación adquiere la dimensión de una auténtica guerra psicológica al servicio de los intereses militares (...) es, por tanto, una forma de violencia a través de la persuasión que, esencialmente, comparte las mismas características del discurso persuasivo al que pertenecen la información periodística (persuasión cognoscitiva), la propaganda (persuasión ideológica) y la publicidad (persuasión comercial)”.

Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes mencionadas

2.2.9. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE DESINFORMACIÓN

Se trata de una forma comunicativa cuyo propósito fundamental es la transmisión intencional por parte del poder –y sus aliados– en función de sus particulares intereses -que en muchos casos redundan en la reproducción misma de ese poder- del relato de un hecho/acontecimiento distorsionado (sesgado) o falsificado) con el fin de manipular (“hacer hacer”) a una audiencia determinada.

La otra articulación que adquiere la performance discursiva desinformativa es aquella en donde la distorsión de los acontecimientos o parcelas de realidad se verifican mediante el expediente de la invisibilización o el silenciamiento de una parte o del todo respecto de los contenidos socializados.

Ahora bien, estas formas discursivo-persuasivas por tratarse de formas comunicativas de control social que persiguen fines de dominación/abuso de poder, se tornan no solo abusivas sino que ilegítimas al eludir la obligación fundamental de cumplir con el propósito de informar y educar verazmente a la ciudadanía, violando o inhibiendo con ello derechos fundamentales, humanos y civiles de las personas amparados legalmente; ello, claro está, en un sistema que otorgue las debidas garantías democráticas consagradas en nuestra sociedad occidental desde un tiempo a esta parte, por ejemplo luego de la caída del muro que es partir del cual operan mayormente los procesos de institucionalización y profundización de la democracia (Giddens, 2000).

Por lo general el soporte de transmisión privilegiado de este tipo formas discursivas son los medios de comunicación de masas.

Figura 9. Diagrama desinformativo



Fuente: Elaboración propia.

Con la figura 9 pretendemos ilustrar y hacer patente que las dos grandes formas que adquiere la desinformación –la *invisibilización* (por omisión o por saturación) y la *distorsión*– están articuladas directamente con algo que, si bien es cierto no es privativo de los seres humanos, ya que también está presente en algunos animales y especialmente en los primates superiores (Catalán, 2005), le define o caracteriza inmejorablemente: la MENTIRA. De lo cual, precisamente, nos haremos cargo en el siguiente acápite. No obstante, antes de terminar con el tema de la *desinformación*, es preciso dejar establecido que el ocultamiento/silenciamiento e invisibilización de ciertos contenidos o de parcelas de realidad, una de las articulaciones clave de la *desinformación*, es además, por excelencia una de las formas prioritarias de la práctica política y de la práctica noticiosa (el encuadre o *framing*).

Al respecto, Ortega y Gasset señala que la política, por su tendencia de ir a lo “conveniente” y a lo “útil”, no siempre da con la verdad, lo cual lleva a afirmar que la “política es el imperio de la mentira” (Ortega y Gasset, 1916). Tal y como señala José María Martínez en *La gran mentira* (2009), se trata, en definitiva de una forma de mentira del estilo de la negación/ocultamiento (interesado) de la verdad/realidad

(social), en todos sus grados o variaciones posibles, que van desde el ocultamiento total, o sea mentir derechamente, hasta la total ausencia de ocultamiento, que equivale a decir toda la verdad pasando por las consabidas verdades a medias o medias verdades, a las cuales nos tienen tan acostumbrados.

El político, por ejemplo, no suele caer en la mentira de fabulación o distorsión, a no ser que estemos en presencia de un cuadro de psicopatía política, de los cuales la historia, por lo demás, está plagada desde los tiempos del general Alcibiades en la Grecia clásica hasta nuestros días, pasando por Hitler, Stalin y Pol Pot; principalmente por el gran número de personas que de algún modo involucran sus dichos y actuaciones. En este sentido diremos, siguiendo al historiador estadounidense Howard Zinn, que las más grandes distorsiones de la historia no provienen de las mentiras y las tergiversaciones sino que precisamente del terreno de las invisibilizaciones u omisiones (Martínez, 2013), o sea formas desinformativas que habitualmente operan en el discurso historiográfico; ello teniendo en cuenta, además, lo que señala en entrevista el historiador catalán Josep Fontana, invocando a George Lakoff, que el gran terreno de la historia es el terreno de los prejuicios y las emociones (Lobo, 2014)

Por lo que “el político oculta más que inventa. La política, como el periodismo [y el discurso historiográfico], se basa en la administración de la información, en el don de la oportunidad: hacer o decir las cosas en el momento adecuado” (Martínez, 2009: 86). De tal modo que “la ocultación de la información y su manejo interesado [*desinformación*] forman parte de sus herramientas” (Martínez, 2009: 86). En este punto la práctica política se topa con el arte de la seducción, pues de lo que se trata es de disfrazar y adornar la realidad (ensoñación) con el propósito de ganar adhesiones y voluntades. O sea, el moldeamiento de la opinión pública, de la voluntad y el control de la conducta en este punto se articula directamente con la *mentira*, que en este sentido encaja con la facilidad que posee el lenguaje político de “hacer más importante lo que se consigue a través de él que lo que realmente dice” (Martínez, 2009: 87): la performatividad del lenguaje (Austin, 1962).

2.3. LA MENTIRA

Yo digo siempre la verdad, no la verdad entera porque no somos capaces de decirla toda. Es materialmente imposible. No hay suficientes palabras. Y, precisamente, por esta imposibilidad es que la verdad aspira a lo real.

Jacques Lacan, citado en Wolff, 1972.

La responsabilidad de los intelectuales consiste en decir la verdad y en denunciar la mentira.

(Chomsky, 1969-1971)

Tu verdad no; la verdad / y ven conmigo a buscarla. / La tuya, guárdatela.

(Machado, 1928).

Resulta más o menos evidente que en esta parte de nuestro trabajo la intención no es desarrollar un análisis fenomenológico de la *mentira*, ni mucho menos intentar revisar exhaustivamente el lugar que le cabe en nuestra arquitectura humana y social. En efecto, se trata de un fenómeno complejo, plagado de oscuridades (Pérez Cortés, 1998) y de vastos alcances antropológico-culturales (éticos, sociales, políticos y culturales), relativos a la percepción cognitiva, la relación del sujeto con el engaño, la ilusión y el autoengaño, el análisis del mito y la utopía, la costumbre, la construcción de imaginarios colectivos, la vida cotidiana, la cosmogonía de los pueblos. Con lo cual estamos en presencia de un fenómeno susceptible de ser abordado a partir de múltiples perspectivas y enfoques teóricos posibles (Van Dijk, 2009: 394), como, en efecto, lo ha sido en términos filosóficos (verdad y ética), (neuro) psicológicos (aprendizaje y comportamiento), biológicos (naturalistas), sociológicos (cognitivos), lingüísticos y, naturalmente, comunicacionales (semánticos y pragmáticos).

De modo tal que no son pocos los analistas que se han dedicado al estudio del tema a través de la historia, como por ejemplo, casi todos los llamados filósofos de la “historia de la filosofía”, empezando por Platón y Aristóteles hasta el final de la antigüedad con San Agustín de Hipona (*Contra mendacium*, 397). Luego están los sucesivos aportes de Kant (*Sobre el pretendido derecho de mentir por humanidad*, 1797) y Nietzsche (*El ocaso de los ídolos*, 1888) en la materia, hasta a llegar a las reflexiones que realizan sobre el asunto Hannah Arendt (*Truth and Politic (Verdad y Política)*, 1967), Jacques

Derrida (*Historia de la mentira, prolegómenos*, 1995, y *Sobre la mentira en política*, 1999) y Gianni Vattimo con *Adiós a la verdad* (2010), pasando por Alexander Koyré en *Reflexiones sobre la mentira* (1943)¹⁰⁵, por destacar algunos de los más significativos esfuerzos realizados en este sentido. Junto a una serie importante de otros autores, que aunque de menor rango que los anteriores, han realizado también una gran contribución al tema, como es el caso, especialmente, de Miguel Catalán, (*Antropología de la mentira*, 2005), Pérez Cortés (*Prohibido mentir*, 2006), José María Martínez Selva (*La gran mentira*, 2009) y Carlos Sirvent (*¿Porqué mienten los borrachos cuando están sobrios?*, 2010).

El último, en efecto, hace una primera distinción importante, digna de tener en consideración, a la hora de enfrentar el estudio de la mentira, a saber, que la mentira es susceptible de ser abordada a partir de las perspectivas exógena (con sus implicaciones del tipo sociológico, ético y moral), por un lado, y endógena (con efectos psicológicos y sicopatológicos), por otro (Sirvent, 2010). Por lo que resulta, también, más o menos evidente que nuestro interés por el tema va más bien por el lado de la primera de estas articulaciones. Una articulación que representa una dimensión relevante del eje fenoménico *propaganda-desinformación (mentira)*, por lo que en última instancia apela al fondo mismo de la investigación que estamos desarrollando, como de la vida misma:

Día a día, hora a hora, minuto a minuto, se vierten mentiras en el mundo, a raudales. La palabra, los escritos, el periódico, la radio... todo el progreso técnico se ha puesto al servicio de la mentira. El hombre moderno –refiriéndonos de nuevo al hombre totalitario– se baña en la mentira, respira la mentira, está sometido a la mentira en todo momento de su vida (Koyré, 1997).

2.3.1. BREVE GENEALOGÍA DEL CONCEPTO DE LA MENTIRA

La mentira, como la propaganda y la desinformación, representa, con toda seguridad, un fenómeno tan antiguo como el hombre y la civilización, por lo que cada sociedad desde un enfoque socio-cultural ha manifestado su percepción sobre este tema, yendo desde la condena más absoluta hasta la tolerancia y la adulación misma. En efecto, el

¹⁰⁵Texto publicado en Nueva York en 1943, en la revista *Renaissance*, de la Escuela Libre de Altos Estudios, bajo el título “Reflexiones sobre la mentira”; reimpreso en junio de 1945 en *Contemporary Jewish Record* bajo el título de “The Political Function of the Modern Lie” y reeditado en Francia cincuenta años más tarde por el Colegio Internacional de Filosofía, París, noviembre de 1993.

monoteísmo bíblico apela a la búsqueda de la verdad y en ello pasa por la condena moral a la mentira. Una de las convicciones más compartidas e indiscutidas socialmente (Pérez Cortés, 1998). Aunque no son pocos los autores que desde la perspectiva psico-sociológica virtualmente se rebelan contra este maniqueísmo asociado a la mentira.

Por ejemplo, para David Nyberg (1994) decir la verdad está moralmente sobrevalorado, pues plantea que la mendacidad está relacionada con el esfuerzo natural (biológico-cultural) que hacemos por comunicarnos; lo cual implica, además, un acto de fe y confianza, por un lado, debido al enorme esfuerzo que se despliega para que nos crean, por otro. En esta misma dirección apunta el argumento de Steven Pinker cuando apela a la esencia de la comunicación y del lenguaje, señalando que “cuando decimos ‘algo’ a ‘alguien’ lo hacemos con el propósito de revelarles nuestras intenciones, honorables o no, en definitiva de influir en ellos tan directamente como si pudiéramos tocarlos con nuestras propias manos” (2001b: 250).

Respecto de las visiones más tolerantes con el tema de la mentira, habría que mencionar la tradición castellana de la picaresca, pregonada en voz del viejo proverbio medieval que señala que “no es conveniente decir siempre la verdad”. Es más, en la tradición de la novela picaresca del siglo de oro español, el siglo XVI, la figura del “pícaro”, también recogida por otras tradiciones folklóricas en la figura conocida como *trickster* (“tramposo” “embaucador”), representaba una especie de (anti)caballero errante que protagoniza una verdadera epopeya del hambre en su *peregrinatio* existencial por un mundo que se le presenta como adverso y hostil, en el que, pese a lo cual, lograba sobrevivir precisamente gracias a sus habilidades en la estafa y el engaño. Un embustero inocuo que por hacer alarde de ingenio e inventiva logra salir de situaciones apremiantes y del mal vivir, por lo que se ve necesariamente redimido en la idea de la mentira como signo de habilidad e ingenio del tipo de la de los prestidigitadores y los magos. Una antigua y singular práctica que trae en este último tiempo muy interesada a la neurociencia, tarea en la cual destacan los trabajos de la neurocientífica española Susana Martínez-Conde. Uno de sus más notables últimos trabajos, en co-autoría con S.L. Macknik, está dedicado precisamente a este asunto *Los engaños de la mente* (2013).

También, a través de la historia y tradición antigua se nos ha trasladado la imagen del tópico de “matar al mensajero” (al portador de la verdad). Una idea que alude, de algún

modo, a la noción de tolerancia a la mentira y la intriga de esos tiempos, al contrario que en el antiguo oriente (China), en donde existía la costumbre de reprimir severamente al mentiroso mediante la prueba de morder arroz y luego escupirlo: si le costaba este ejercicio era señal de que el arroz estaba seco, lo que se consideraba una clara señal de mentira (Catalán, 2005). Los griegos, por su parte, elogiaban a los sofistas corintios como Sísifo, que engañaban a la muerte, como asimismo calificaban encomiásticamente de “aladas” algunas palabras que aludían al engaño. El valor antropológico de la *artera metis* [inteligencia práctica] griega resalta en la astucia empleada contra los elementos”, pues en el esos tiempos ya se daba la gran paradoja “de la sinceridad, virtud moral y al tiempo defecto intelectual” (Catalán, 2005). No obstante, matizando un poco más el asunto el asunto de la mentira en los padres de la cultura occidental, también, veían como cercana a la *mentira* cualquier tipo de manifestación relativa a la *persuasión*, pues oponían *perresía* (que corresponde a algo así como decir la deliberadamente la verdad) a retórica (Foucault, 2004: 46).

Lo anterior supone que la verdad, pese a ser concebida dentro de una cierta moral predominante como el alimento para el alma, es tan solo exigible para aquellas que se presumen almas fuertes. Por lo que decir la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad, y en todo momento, puede resultar contraproducente e incluso hasta peligroso, una verdadera tara. De modo tal que, en teoría, según este razonamiento, nadie estaría obligado a decir la verdad –o a no mentir– en todo momento y a todo el mundo, así como tampoco nadie tendría el derecho a exigirnoslo.

Por otro lado, existirían ciertas circunstancias en que mentir eventualmente no sería malo, como por ejemplo en pos de bien colectivo que pretende cautelar las bases mismas de nuestra convivencia social, a saber, el vínculo social. Es por ello que los políticos y hombres de estado siempre estarán alerta ante la menor amenaza de encontrar la cohesión y la unidad (Derrida, 1999), por lo que a lo menos estarán dispuestos si no a mentir a no tener que decir (siempre) toda la verdad. En este tema cabría remitirse al debate sostenido entre E. Kant y Benjamin Constant. En términos generales, para el primero la mentira pone en riesgo precisamente el vínculo social, mientras que para el otro lo hace el decir siempre la verdad. Asimismo, y al ser la mentira una arma, puede –y de hecho lo es– ser perfectamente tolerada y admitida en tiempos de guerra: *mendacium officio sum* (o mentira útil) (Derrida, 1999; Koyré, 1997). La historia está plagada de ejemplos en este sentido, unos más célebres que

otros, y que pueden ir desde los mitos antijudíos del cristianismo primitivo hasta la denominada la gran mentira de Bush sobre las armas de destrucción masiva de Saddam, que a la postre promovió la invasión a Iraq de 2001 por parte de los aliados, pasando por los horrores del propagandismo bélico de las dos guerras mundiales. Un muestra clara de lo que Gianni Vattimo llama el “maquiavelismo político moderno” (2010:10).

Ahora bien, de lo anterior, queda de manifiesto que la mentira es un fenómeno hipercomplejo e intrínsecamente humano, vinculado al lenguaje y al desarrollo cognitivo y a la cultura de los seres humanos. En este sentido, los primatólogos Bryne y Whiten destacan que los últimos aportes en este tema indican que “la capacidad de imaginar el engaño implica una apertura mental intrínsecamente vinculada al desarrollo de la inteligencia” humana. Tales autores, además, han postulado que la llamada “inteligencia maquiavélica” (la aptitud hacia el engaño) ha significado un impulso capital en la evolución de la conducta de los primates y del propio hombre, al obligarle tanto a imaginar “mundos posibles” (1992: 616), alternativos, como a re-presentarse el mundo desde un punto de vista distinto al propio.

En este mismo sentido el profesor Kang Lee, director del Instituto de Estudios sobre el Niño de la Universidad de Toronto, señaló que “(mentir) es una señal de que han llegado a un nuevo mojón en el desarrollo. Los que tienen un mejor desarrollo cognitivo mienten porque pueden cubrir sus huellas” (BBC Mundo, 2010). Es respecto de lo cual que Catalán ha planteado que es más difícil mentir que decir la verdad, principalmente porque “quien miente ha de pensar más que quien dice la verdad, pues debe por fuerza afianzar la coherencia de sus argumentos; también debe controlar más sus emociones y prestar atención a sus propios movimientos para que no delaten su verdadero pensamiento” (Catalán, 2005).

En efecto, tal y como señala Sirvent, al ser la mentira un engaño consciente demanda un esfuerzo de construcción que desgasta e incomoda al mentiroso, por lo que éste necesita contar con ciertos mecanismos que le hagan más fácil la labor a la hora de construir datos y demás antecedentes para darle consistencia y verosimilitud al embuste. Aquí entra, una vez más, el autoengaño; pues al mentiroso primero que nada le urge engañarse a sí mismo para hacer eficiente y automático el acto de mentir (Sirvent, 2010). Una explicación científica de ello estaría dada a partir de relevantes estudios realizados en las algunas universidades estadounidenses (Pennsylvania y Temple) que

revelan que cuando se miente se activa en el cerebro el lóbulo frontal, temporal y límbico, lo cual al inhibir el impulso de decir la verdad hace que el lóbulo frontal tenga que estar más activo y trabajar más (El Economista, 2009).

De hecho Platón y Aristóteles se hicieron cargo del tema en esos términos. Aun cuando la sola idea de que un sujeto inteligente mienta les parecía algo repugnante, sin tener en cuenta, por ejemplo, que el bobo o el ignorante mienten no por malos sino por ignorantes. Algo que ignoraron, por lo demás, tanto Hipias como Sócrates. Es en este punto en que cobran sentido algunas cuestiones vitales para la fenomenología de la mentira, como es el tema de la “intencionalidad” (la plena conciencia de lo obrado), la “deliberación” (conciencia de) y la “moralidad”, a la hora de consumarse la mentira (Catalán, 2005). Aunque, como sabemos, Platón en momentos puntuales de *La República* (395 a.C. y 370 a.C.) nos hace saber que bajo determinadas circunstancias las democracias y sus sabios gobernantes admiten el ocultamiento y (el engaño) la mentira, una idea compartida por Koyré y Derrida (Derrida, 1999), como hemos podido advertir con anterioridad. Un idea que por lo demás nos viene en principio desde la lejana Grecia clásica y no exclusivamente del renacentista Maquiavelo, como a menudo se nos pretende hacer creer (Catalán, 2005).

Las mentiras siempre han sido consideradas como herramientas necesarias y legítimas, no sólo del oficio del político o del demagogo, sino también del oficio del hombre de Estado. ¿Por qué esto es así? ¿Y qué significado tiene, por una parte, en cuanto a la naturaleza y la dignidad del ámbito político, y por otra en lo que se refiere a la naturaleza y la dignidad de la verdad y de la buena fe? (Arendt, 1967).

Durante el Medioevo, por su parte, se pondrá el énfasis en la perspectiva moralizante de la mentira ligada al horizonte del pecado y la salvación del pensamiento cristiano de San Agustín (*De mendacio* o *Contra mendacio*, 400). El diablo mismo será la personificación de la mentira (Juan el Apóstol le llamó incluso el primer mentiroso) y la verdad, su antítesis: Dios; por lo que mentir es pecar y al mismo tiempo alejamiento de Dios (con sus ocho imperativos para no caer en mentira). Durante el Renacimiento, además, la mentira es vista como un tema de (des) honor y nobleza (literatura cortesana), que más tarde será asociada a la libertad interior y al uso de la razón que emana del pensamiento kantiano (Pérez Cortés, 1998). O sea, que en más de veinte siglos, el rechazo a la mentira ha sufrido un radical desplazamiento que va “desde un horizonte definido por las nociones de pecado, salvación y gracia, hasta asociarse con

categorías como libertad, autonomía y derecho del otro” en nuestros días (Pérez Cortés, 1998).

En este sentido, Hannah Arendt, basándose en las ideas de Koyré (1997), dirige la atención hacia una mutación en la historia de la mentira, que actuaría a la vez en la historia del concepto y en la historia de la práctica del mentir, en función de lo cual en nuestra modernidad la *mentira* habría alcanzado su límite absoluto y se habría tornado “completa y definitiva” (Arendt, 1967). Tanto que para Derrida sería pertinente cuestionarse para las “conspiraciones a plena luz” de que habla Arendt, para esa suerte de explosión absoluta de la mentira, otro concepto en vez de mentira (Derrida, 1999):

La posibilidad de la mentira completa y definitiva, desconocida en épocas anteriores, es el peligro que nace de la manipulación moderna de los hechos. Incluso en el mundo libre, donde el gobierno no ha monopolizado el poder de decidir o de decir qué es o no es desde el punto de vista fáctico, gigantescas organizaciones de intereses han generalizado una especie de mentalidad de la “*raison d’état*” [razón de estado, en francés en el original] que antes se limitaba al tratamiento de los asuntos exteriores y, en sus peores excesos, a las situaciones de peligro claro y actual. Y la propaganda a escala gubernamental aprendió más de un giro de uso corriente en los negocios y en los métodos de Madison Avenue [...] (Derrida, 1995)

En efecto, en nuestros días, al mismo tiempo que se ha entronizado el afán de veracidad y aparentemente la mentira no tendría cabida en nuestras vidas –pura hipocresía cultural al decir de Catalán (2005)–, paradójicamente, se han otorgado frente a ella ciertos rangos de tolerancia antes impensables. Un ejemplo de ello es el comentado caso de la política, en donde la mendacidad parece tener absolutamente carta de naturalización, en contraposición al campo de la ciencia, en donde la mentira es tan impensable como absolutamente inadmisible (Pérez Cortés, 1998; Arendt, 1967). Será por ello que, pese a estar muy bien vista para el mundo actual, la verdad a toda costa corre el serio riesgo de llegar a convertirse en un acto moralmente dañino y hasta agresivo (Pérez Cortés, 1998: 151). Por otro lado, diremos que la mentira moderna, según Derrida, ya no corresponde a la simulación que enmascara y tuerce la verdad sino más bien a la destrucción de la realidad o del archivo original: “En otros términos, la diferencia entre la mentira tradicional y la moderna a menudo equivale a la diferencia entre esconder y destruir” (Derrida, 1995).

2.3.2. ALGUNOS FUNDAMENTOS BIOLÓGICOS-CULTURALES DEL ENGAÑO Y LA MENTIRA

En nuestra opinión resulta imprescindible echar mano a algunos fundamentos biológicos-culturales (filosóficos) de la mentira, al decir de Steven Pinker (1999), a objeto de comprender a cabalidad la fenoménica que representa. De ahí el especial interés de la neurociencia por estudiarla (Catalán, 2005; Pinker, 2001b; Macnick y Martínez-Conde, 2013). En este sentido, es preciso tener en consideración algunas características generales del funcionamiento cerebral (facultades perceptivo-cognitivas) y del aparato (senso) perceptivo, para facilitar más aun esta no menos compleja labor. No obstante, la neurociencia ha señalado consensuadamente que hace falta mucho para llegar a conocer bien los procesos de atención y percepción conscientes.

Sin embargo, sin el ánimo de entrar en un terreno que nos es completamente ajeno, como es el terreno de la ciencia de la biología desde la perspectiva neuro-científica, creemos que resulta esencial, a la hora de hablar de *mentira*, destacar algunas cuestiones generales respecto de las facultades cognitivas y los rasgos del funcionamiento cerebral humano que nos remiten, en última instancia, al complejo fenómeno de la comunicación persuasiva. Todo parece indicar que la *mentira*, al formar parte de la intrínseca naturaleza humana, representa una “realidad no sólo inevitable, sino también aceptable” (Catalán, 2005: 291). Con ello, una de las tesis del libro *Antropología de la mentira* (2005) del citado autor vendría a cuestionar seriamente el mito rousseauiano del “buen salvaje” en todas sus versiones.

Ahora bien, tanto el *engaño*, como la *mentira*, cuyo dominio abarca la simulación, la disimulación, la finta, el ocultamiento y hasta el silencio, impregnan y contaminan tanto nuestras vidas privadas como nuestras relaciones sociales en general (Martínez Selva, 2009). Mentimos tanto por placer o simple vanidad como por autodefensa, de hecho es el arma predilecta del débil (Koyré, 1997). Pues se trata de una conducta humana, aunque no exclusivamente, dado que se sabe a lo menos que la compartimos con los primates superiores (Catalán, 2005), tan compleja como habitual y que se sirve fundamentalmente del instinto del lenguaje (una manifestación de la mente humana y que tiene su razón de ser en el comunicar e informar (Pinker, 2001b)), por lo que está radicada en nuestro cerebro. Umberto Eco, al respecto, señala “que una de las

principales características del lenguaje humano es la posibilidad de mentir. Un perro no miente cuando ladra” (El Clarín, 2011).

No sólo las habilidades para el disimulo, el camuflaje o el simulacro fueron practicadas por nuestros ancestros homínidos, tanto con intención defensiva como agresiva, sino que favorecieron el desarrollo de la inteligencia, el lenguaje y la libertad de acción hasta hacer del hombre el complejo y contradictorio ser que hoy conocemos (Catalán, 2005).

De tal modo que mentimos cotidianamente muchísimo más de lo que creemos. Al respecto, Jorge Luis Borges, señala: “No exageres el culto de la verdad; no hay hombre que al cabo de un día, no haya mentido con razón muchas veces” (1969: 24); mientras que Mendiola nos recuerda con Walter Benjamin que “quien cuida los modales pero rechaza la mentira, se asemeja a alguien que, si bien se viste a la moda, no lleva camisa” (Mendiola, 2010: 44-45), yendo más lejos aún cuando concluye, categóricamente, que “hay algo ridículo en la sociología que se preocupa por el modo en que se estructura lo social obviando su carácter mendaz” (Mendiola, 2010: 45), pues “sin la mentira no cabe imaginar ninguna relación social (...) la mentira nos permite relacionarnos con los demás. Si no, en las relaciones sociales estaríamos completamente expuestos a los demás, seríamos totalmente transparentes, y eso es invivible” (Larrauri, 2006).

Y lo hacemos, especialmente, en nuestros días cuando la mentira parece haberse impuesto de modo tan categórico como definitivo. El filósofo ruso Alexandre Koyré (1943) al respecto sostuvo que nunca la mentira ha sido tan contundente como en la actualidad, cuando todo parece indicar que el desarrollo tecnológico se ha puesto al servicio de la mentira bañando al hombre moderno en mentira tras mentira en todo momento y circunstancias de la vida. La gente miente de manera ostensible por insinuación o presuposición, manipulando tanto las realidades sociales como el estatus a nivel personal; difundiendo, por ejemplo, desinformación estereotipada sobre determinados grupos sociales, etc. o cualquier tipo de mentira personal e íntima a nivel cotidiano (Pinker, 2002). Definitivamente, todo parece indicar, que se nos da infinitamente mejor mentir que verificar el engaño, pues la mentira opera eventualmente como una estrategia cerebral de defensa (instinto de sobrevivencia), ante el pavor del cerebro al vacío (de contenido), a la duda o la ignorancia (Maturana, 2001). Por lo que preferimos mil veces más al vacío el error, la invención o la mentira (Catalán, 2005). Aristóteles señaló que la Humanidad le tenía horror al vacío, y tanto es así que la física moderna se ha encargado de confirmar, hoy por hoy, que éste virtualmente no existiría.

Una cuestión que muy probablemente tiene que ver con una mezcla del pavor al vacío es la búsqueda de atajos cerebrales y nuestra incesante búsqueda de comprensión/interpretación del entorno (el cerebro busca verdades y creencias). Una tarea que, por lo demás, “requiere imperiosamente dar con patrones que son codificados”: el lenguaje (Maturana, 2001); gracias a la increíble capacidad que poseemos de formar ideas en el cerebro de los demás con una exquisita precisión, y esa capacidad, precisamente es el lenguaje (Pinker, 2001b). Estamos hablando, ni más ni menos, que del principio básico de la comunicación persuasiva. Por lo demás, siguiendo a Berger y Luckmann (2001), diremos que toda transmisión de significados entraña per se un procedimiento (de persuasión) de control social y de legitimación del poder: el escenario perfecto para el engaño y la mentira. ¿Qué representa si no que en los Estados Unidos, una de las sociedades punta en los temas de manipulación y persuasión, aún haya gente que crea, por ejemplo, que ganaron la guerra de Vietnam (1975), como asimismo que crea en la existencia de Dios y de los ángeles (79 por ciento) o que hay vida más allá de la muerte (96 por ciento), o que Jesús resucitó (80 por ciento) (Pinker, 2001).

Un hecho que está fundado en la actitud de credibilidad que manifiesta y expresa todo interlocutor, quien necesariamente hace un acto de fe y confianza (y de respeto) hacia lo dicho por el emisor, pues la vigilancia cognitiva apela claramente en esa dirección (Pinker, 2001b). Asimismo, importantes estudios han determinado fehacientemente que “un acto de comunicación está basado en la expectativa mutua de cooperación entre hablante y oyente. O sea, es clara la necesaria disposición de confianza y credibilidad, de cooperación por ambas partes, especialmente por parte del oyente (Sperber & Wilson, 1986; Grice, 1991). Algo que, además, entraña el fundamento mismo de lo que connotamos como “lo social” (radicado en nuestra conciencia socialmente determinada (Berger y Luckmann, 2001)), pues en caso contrario lo que nos queda es destrucción y marginación que se dan, precisamente, ante la ausencia del tipo de interacciones (empáticas) “basadas en el afecto, el respeto y la aceptación mutua” (Maturana, 2001: 14). Es por ello que la mentira, junto con violar las condiciones del conocimiento previo (Van Dijk, 2009: 395), al estar el hablante en plena conciencia de que lo señalado es falso, se torna perversa en la medida en que conlleva una dosis añadida de defraudación y desengaño (como ocurre con la mentira política), pues se trata de un acto moral que descansa más allá de la veracidad de los

contendidos en la intención del emisor (Pérez Cortés, 1998) que implica un gesto de fe y confianza depositada por el receptor. Es por ello que la mentira (política) es un acto tan negativo como profundamente doloroso.

Ahora bien, esta natural disposición de confianza y credibilidad por parte del oyente/receptor no hace sino apelar a las bases mismas de otro de los fenómenos que hemos desatacado: “el autoengaño”. Un fenómeno que responde además, al margen de lo dicho anteriormente, a la fuerte tendencia que tiene nuestro cerebro al ahorro del tiempo y energía y a entregarnos una visión del mundo integrada y sintética. Nuestro cerebro, en efecto, es caro (a pesar de representar el 3 por cien del cuerpo consume el 30 por ciento del total de la energía corporal) y lento en su accionar, por lo que, necesariamente, ha de buscar **atajos y simulaciones de donde –como es lógico– no siempre sale bien parado.**

El conocimiento popular/tradicional, por su lado, nos traslada eso de que “las mentiras son siempre más fáciles de creerse que la verdad” (al mismo tiempo más difíciles de formular que la verdad, especialmente cuando se trata de la mentira racional). Sin olvidar que tenemos el citado planteamiento nietzschiano que señala que “siempre vemos y creemos aquello que queremos ver y creer” (Noelle-Neumann, 1995; Castells, 2009). Al respecto, cabría recordar lo que hemos señalado en el acápito anterior en relación a la prevalencia de la mentira en la sociedad estadounidense. Respecto de lo cual diremos además, por ejemplo, que en la invasión a Iraq, pese al cúmulo de datos e información existente en contrario, aún amplios sectores de la sociedad estadounidense sigue creyendo que Iraq tenía armas de destrucción masiva, que Sadam Hussein tenía conexión con Al Qaeda y que estuvo implicado directamente con el atentado a las Torres del World Trade Center de New York el otro 11/S (Castells, 2009).

Lo anterior habría que matizarlo con los hallazgos de la vieja “teoría de la rana”, ese sorprendente planteamiento de la biología del conocimiento desarrollado por destacados investigadores del Massachusetts Institute of Technology (MIT) en la década de los cincuenta, léase Maturana, Lettvin, McCulloch y Pitts (1968). Un experimento que introduce otro elemento en el viejo tema de la percepción/captación sensorial, y al conjunto de las limitaciones de nuestra arquitectura y andamiaje humano, y que

esencialmente señala que vemos/creemos sólo y únicamente aquello para lo que estamos capacitados (para ver/creer).

Para entender todo esto último es necesario señalar en primer lugar que el cerebro recibe a través de la percepción visual –la forma más aguda de conocimiento del mundo– toda clase de información, datos y conocimientos para que filtre e interprete la realidad del “mundo objetivo” en el sentido de lo planteado por Berger y Luckmann (2001: 79). No obstante, el campo visual de 180° de que dispone nuestra mirada igualmente capta una parte de esa visión de lo cual hablan una serie de fenómenos, como es el caso del “punto ciego”, la “ceguera de elección”, la “ceguera al cambio”, la “ceguera por desatención”, el “foco de atención”, la “distracción mental” y la “atención conjunta”, etc. (El coleccionista de cerebros, 2013).

Luego, a través de nuestra percepción, también, nos proporcionamos conceptos (fundamentos de la memoria e imagen mental) que nos conectan con las cosas y el mundo, por lo que cabe señalar que el fenómeno de la visión es una combinación entre ojo (visión) y cerebro (cognición). Dicho de otro modo, la neurociencia ha demostrado, primeramente, que tan solo vemos una mínima parte de la realidad (Pinker, 2001; Macnick y Martínez-Conde, 2013) y, por otro lado, que nuestro cerebro, a su vez, es capaz de procesar un porcentaje muy menor de la información que recibe procedente de esa reducida parcela de realidad. En definitiva capta tan solo un porcentaje limitado de lo que efectivamente captura la retina. O sea, debido a sus limitadas capacidades de conexiones neuronales dejamos escapar importantes parcelas de realidad. Por ello, no todo lo que miramos somos capaces de verlo en realidad (National Geographic, 2013).

Por ejemplo, el cerebro no procesa cada una de las imágenes obtenidas durante el espontáneo y persistente (natural) movimiento ocular, de modo que nuestro conocimiento de la realidad está plagado de vacíos informativos que el cerebro luego rellena a su modo (Martínez-Conde, 2010). Un fundamento no menor a la hora de hablar de autoengaño y de mentira. Trabaja por aproximación para componer todos los detalles de una escena –no siempre de modo correcto– en donde suele cometer errores y equivocaciones, además de los puntos ciegos que posee (Martínez-Conde, 2010).

En síntesis, estamos hablando de nuestras limitadas capacidades (senso) perceptivas al mismo tiempo que de la limitada capacidad de conexiones neuronales que posee el cerebro, algo que representa una de sus características fundamentales, pues es cierto que la evolución humana dio con la construcción fisiológica de un órgano

sorprendente al mismo tiempo que es dueño de este poderoso *handicap*. Además, inventamos gran parte de lo que vemos. Digamos que “rellenamos” los huecos de las escenas visuales que el cerebro no puede procesar. Y esto lo hacemos debido a las limitaciones en el número de neuronas y conexiones neuronales que subyacen a los procesos sensoriales y mentales (Macnick y Martínez-Conde, 2013: 37).

Cabría mencionar, también, en este orden de cosas una de las últimas y más sorprendentes teorías de la neurociencia cognitiva, que el Dr. Michel S. Gazzaniga llama “el intérprete”. Se trata de un módulo neuronal radicado en hemisferio izquierdo cerebral “que intenta interpretar el mundo y las propias acciones del sujeto e intenta contarnos la historia de por qué hacemos lo que hacemos (...), que nos hace estar tan seguros de lo que decimos y pensamos” (Sanchís, 2012), a riesgo de inventarse falsas memorias. Un hallazgo muy revelador respecto de la conducta humana, pues concluye que “la libertad de acción es irrelevante e inexistente” (Sanchís, 2012). Lo cual no quiere decir que el sujeto sea irresponsable pues, según este analista, ello está en lo social y en los acuerdos colectivos que adoptamos como sociedad. Pero sí enfatiza, por una parte, el carácter eminentemente inconsciente de nuestra decisiones (sobre el 98 por ciento) y, por otro lado, el hecho de **que las escasas decisiones conscientes que adoptamos están basadas “en construcciones que a su vez están fundadas, en gran medida, en ilusiones y memorias falsas”** (Sanchís, 2012).

Y, lo que es más grave aún, “para cuando tú eres consciente de tu pensamiento, tu cerebro ya lo ha ejecutado” (Sanchís, 2012). A propósito de lo cual cabría agregar otra característica fundamental del cerebro humano que nos ayuda a entender, también, el fenómeno de la mentira. Nos referimos a la ductilidad y plasticidad cerebral, en virtud de la cual nuestro sistema nervioso es perfectamente susceptible de ser moldeado/manipulado fundamentalmente a partir de la cultura (los media y la propaganda) y la educación. No por nada Pinker, parafraseando a Kant, señala que los hombres son lo que la educación hace de ellos (2002). Es decir, está suficientemente demostrado que nuestros recuerdos, nuestra memoria, que nos hacen ser lo que somos como individuos y como sociedad, pueden ser alterados perfectamente a partir de la introducción de nuevas memorias (RTVE, 2014).

2.3.3. LA MENTIRA Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD/VERDAD

“No hay hecho sino interpretaciones”

(Nietzsche, 2002: 155)

Si tomamos por cierto que según los relativistas el mundo es el producto (restringido y sesgado) de una construcción mental, interesada y constreñida, dirán, además, los constructivistas, tendríamos que concluir, necesariamente, que la primera gran mentira que nos contamos, y, que por lo demás compartimos colectivamente desde tiempos inmemoriales, es la noción de lo que hemos construido como la “realidad” o como la “verdad”, comunicada y transmitida sociablemente por el instinto del lenguaje (Pinker, 2002: 314). Cuestión que, por lo demás, en tanto producto, se corresponde a una construcción de la época moderna (Arendt, 1967). Es en este sentido que Nietzsche (1888) plantea que la verdad y la idea del mundo verdadero serían un “error”. “Es verdad también que Nietzsche parece sospechar que el platonismo o el cristianismo, el kantismo y el positivismo *mintieron* cuando intentaron hacernos creer en un “mundo verdadero”. Mentir no es engañarse ni cometer un error” (Derrida, 1995).

Por otro lado, es preciso tener en cuenta, además, que al ser nuestra atención/percepción selectiva e interesada, “todo parece indicar que la realidad es muy distinta de cómo la vemos y que al fin y al cabo, puede ser que el mundo no sea en nada parecido a lo que percibimos conscientemente” (Nobre, 2011), partiendo del hecho de que deseamos un 95 por ciento de lo que ocurre, dado que nuestros ojos tan solo nos dicen una parte de lo que somos capaces de ver (Macnick y Martínez-Conde, 2013: 28-31). “La verdad es ésta: nuestro cerebro construye la realidad, tanto visual como de cualquier otro tipo. Lo que usted ve, oye, siente y piensa se basa en lo que espera ver, oír, sentir y pensar” (Macnick y Martínez-Conde, 2013: 24).

Es en este sentido que Derrida, parafraseando a Nietzsche, plantea que “no existen hechos, solo interpretaciones” (1995), y Gianni Vattimo (2012), que introduce la distinción realidad-verdad, dirá que ésta –la realidad (externa)- está ahí delante y nos es dada, en cambio la “verdad” es siempre dicha. Por lo que se trata de una re-presentación simbólica que nos es transmitida por alguien, el poder en este caso, a través de los discursos y las instituciones (las escuelas, la iglesia, los media, etc.) operando como

mecanismo de producción y re-producción de sentido, con sus respectivas dramaturgias y ritualizaciones. George Balandier (1994), a propósito de esta suerte de “teatrocracia”, ha señalado que en tanto dispositivos de persuasión y manipulación se sirven, además, de ciertas estrategias de validación/legitimación del poder como la historia y los mitos de la colectividad (Lévi-Strauss, 1997: 324).

En efecto, tales dispositivos están destinados, en última instancia, a controlar el imaginario social o las representaciones colectivas (conjunto de creencias y valores socialmente compartidos) que constituyen el pilar fundamental en el cual descansa gran parte del andamiaje y de la arquitectura básica de lo social (Lévi-Strauss, 1997). En este sentido es que Huff & Rea (2011) nos recuerdan, parafraseando a George Orwell, que “los mitos que se creen tienden a convertirse en verdad”. Y lo hacen, porque en tanto estrategias de legitimación, se imponen principalmente por reiteración y formas de pensamiento emocional (Lévi-Strauss, 1997); por lo que son especialmente eficientes en materia de propaganda (persuasión) al ser procesadas por la vía periférica (cerebral) sin la necesidad de apelar mayormente a ningún tipo de reforzamiento cognitivo, tal y como señalan algunos hallazgos en materia de neurociencia.

Para Claude Lévi-Strauss, en la entrevista de Beuchot (1972), en efecto, los mitos al ser construcciones colectivas sirven, además, a las sociedades para justificar su accionar, al punto que algunas construcciones simbólicas de este tipo operan sobre perspectivas de realidad como verdaderos inhibidores de la verdad y la información plural (Huff y Rea, 2011). Un claro ejemplo en este sentido representa los llamados “mitos del fascismo” (Rossi, 2006) –y del nacionalismo– que se repiten incesantemente en España (franquismo) y en algunos países de América Latina (el Cono Sur), como es el caso de Chile (pinochetismo). Al respecto, el escritor español Antonio Muñoz-Molina dirá, no sin razón, que “las mentiras de la Historia merecerían menos atención si no fuera por el peso que muchas veces tienen sobre el presente, por su poder de manipulación e hipnotismo” (2010: 7).

Por su parte, Berger y Luckmann (2001) se explican esta construcción “mentirosa” de la realidad/verdad apelando a los fundamentos biológicos-culturales del engaño y la mentira (Pinker, 2002), a partir de la inabordabilidad del mundo y de nuestra absoluta imposibilidad de aprehenderlo. La vulnerabilidad del individuo de la que hablan algunos autores en antropología filosófica. En efecto, para estos autores, la realidad,

como toda construcción social, está compuesta por facticidades objetivas (la realidad factual de que habla la filosofía) y significados subjetivos, y por el hecho de ser en definitiva una articulación humana, presenta necesariamente una parte irreductible (a la experiencia humana) e inenarrable, por lo que queda fuera del alcance de nuestra percepción consciente.

El lingüista Noam Chomsky sugirió que nuestra ignorancia [fruto de nuestra consabida vulnerabilidad] se podía dividir en problemas y misterios. Cuando abordamos un problema, puede que no sepamos su solución, pero tenemos intuición, un conocimiento cada vez mayor y ciertas ideas de qué andamos buscando. Cuando nos enfrentamos a un misterio, sin embargo, sólo podemos quedarnos mirando fijamente, maravillados y desconcertados, sin siquiera saber qué aspecto tendría una explicación (Pinker, 2002: 10).

2.3.4. EL CÍRCULO VICIOSO DE LA MENTIRA: EL AUTOENGAÑO

La primera vez que me engañes la culpa será tuya, la segunda vez que lo hagas ésta será mía.

(Proverbio oriental)

La más común de todas las debilidades consiste en creer apasionadamente en lo que de forma patente no es verdad; es la principal ocupación del género humano.

H. L. Mencken (citado en Pinker, 2001a: 706)

El engaño y la mentira se completan cuando pasan al autoengaño o a mentirse a sí mismo. Al respecto, Catalán (2005), parafraseando a Proust, señala que “mentimos mucho especialmente a aquellos que queremos y muy especialmente a aquella persona cuyo desprecio nos causaría el peor dolor, nosotros mismos”. Por lo general, el autoengaño descansa en una necesidad percibida como imperiosa y vital, lo cual anula la mente y la voluntad, al margen de ciertas características de funcionamiento de nuestro cerebro. No obstante, nada introduce mejor al autoengaño (patológico) que el aserto de que autoengañarse es saber lo que pasa e ignorar lo que eso significa. Alfred Mele (2001) plantea que detrás del autoengaño está el deseo, como carencia o como energía (pulsión) que busca algo. David Patten (2003) plantea, contrariamente, que el sujeto autoengañado no necesariamente lo hace por el deseo de que la creencia sea verdadera,

sino que más bien su creencia está influenciada por lo que de ella espera creer. Derrida (1999), por su parte, no admite la existencia del autoengaño o la auto-mentira, pues señala que siempre que se miente se miente necesariamente a un otro, a no ser que se trate de un gesto más bien esquizo, con lo cual el tema entraría en un terreno más bien freudiano o psicoanalítico, cuando no psiquiátrico.

Ahora, cuando de pasa del autoengaño a la difusión de éste, es cuando se cierra o completa verdaderamente el círculo vicioso de la mentira. Al respecto, se ha señalado muy frecuentemente que el que miente es tan culpable como el que difunde una mentira (Catalán, 2005); especialmente si tiene plena conciencia de que lo que está difundiendo se trata de una mentira. En caso contrario, estamos en presencia de mentiras de cuño distinto al carecer de intencionalidad (deliberada de engañar o confundir a otro) y de “mala fe”, dos atributos *sine qua non* de la mentira (clásica), que por tratarse de “mentiras” de una naturaleza no maliciosa o malintencionada debieran incluso llamarse de otro modo. Concepción que se manifiesta desde Aristóteles hasta Heidegger, pasando por San Agustín, Rousseau y Kant (Derrida, 1999), que pone en el centro la intencionalidad y a la cual habría que añadir el perjuicio al otro que agrega Rousseau en *Las confesiones* (1770) y *Las ensoñaciones del paseante solitario* (1776), cuando a propósito del relato literario y de la ficción señala que éste no miente desde el momento en que no perjudica, como sí ocurre con el fingimiento (Derrida, 1999).

Jacques Derrida (1995), precisamente, parafraseando a San Agustín en *De mendacio* (397), cuando establece la distinción entre creencia y opinión, nos recuerda que éste parece excluir la mentira a uno mismo de la mentira con mayúsculas, cuando señala: “*Si credit aut opinatur verum esse quod dicit*” (No se miente cuando se dice una cosa falsa en la que se cree o de la que se tiene la opinión de que es verdadera). Por ello insiste en que es preciso diferenciar claramente la mentira del error, como la verdad de la veracidad. Se puede mentir sin decir algo falso, que permite disociar lo verdadero de lo veraz; como decir algo falso sin mentir, es posible proferir un enunciado falso porque creo firmemente en él (Derrida, 1999). Algo que a juicio del filósofo francés, también hace Hannah Arendt en *Truth and Politics* (1967) pero sin un mayor desarrollo; aun cuando en dicho ensayo aparecen varios signos de que ese concepto, de mentira a sí mismo (autoengaño), desempeña un papel determinante en el análisis arendtiano de la mentira moderna (Derrida, 1995). De hecho, manifiesta claramente sus dudas de que sea

posible mentir a los demás sin tener que mentirse a sí mismo o autoengañarse y lo hace haciendo mención a un cuento medieval (Arendt, 1967).

Para Mendiola (2010), por otra parte, el autoengaño, sea respecto de lo personal o lo social, simplemente corresponde a un atajo mental, una forma imaginaria de despachar fácil y rápidamente las dificultades de la vida cotidiana; las que, en la medida que se tornan cada vez más apremiantes, concitan respuestas elusivas del tipo (de la imposible) transfiguración imaginaria (negación) de la realidad en una realidad psíquica que brinda satisfacción y placer. De este modo, por ejemplo, es como uno se construye una imagen de sí mismo, que por lo general tiene poco o nada que ver con la realidad o con lo que los demás ven en nosotros; así como, igualmente, solemos situarnos valientemente en acontecimientos pasados en vez de recordar que en realidad nuestra actuación fue más bien opaca, algo que nos reconforta y que por lo demás representa una de las ventajas psicológicas y pragmáticas del autoengaño (Mendiola, 2010). Por lo que en cierto sentido el autoengaño o mentirse a sí mismo también opera, hasta cierto punto, como un mecanismo de ahorro de energía y de (auto) defensa.

Asimismo, una de las formas peculiares de autoengaño, por ejemplo, corresponde a la modalidad del fenómeno conocido como el “prestigio de la lejanía”, en donde sitúa a un serie de mitos y tópicos históricos propios de nuestra cultura occidental como el del “Buen Salvaje”, la Edad de Oro, Arcadia, “cualquier tiempo pasado fue mejor”, el *locus amoenus*, etc. El ficticio prestigio de un remoto pretérito que en definitiva no hace sino desacreditar nuestra realidad más próxima (Mendiola, 2010). El antropólogo alemán Volker Sommer (1995) va más lejos aún y plantea que el auto-engaño es un modo de supervivencia y argumenta citando un estudio realizado por el psicólogo Richard Lazarus de la Universidad de Berkeley, que mostró que los pacientes con pensamientos positivos respecto de la gravedad de una intervención sufrieron menos complicaciones postoperatorias, que los que experimentaban sentimientos más negativos y si se quiere realistas.

2.3.5. MENTIRA Y DESINFORMACIÓN

En esta era de alta tecnología, con televisores de alta definición y radios digitales, recibimos solo información estática, un velo de tergiversaciones y mentiras que empaña la realidad.

Amy Goodman (citada en Tremblay, 2012)

Guy Durandin (1995) señala en términos generales que la desinformación es principalmente un conjunto organizado de mentiras y engaños. A partir de lo cual profundiza, primeramente, en la relación existente entre la mentira y la realidad, formulando algunas distinciones conceptuales (realidad, conocimiento y discurso) que es preciso tener presentes a la hora de abordar este complejo binomio. Por ejemplo, que realidad es el objeto y el referente del que se habla, que el conocimiento representa la apropiación de la realidad y que el discurso correspondería, a su vez, a la representación de la realidad que es transmitida. Ello constituye, en definitiva, lo que se traslada y (se) dice efectivamente al interlocutor.

Por lo que, en estricto rigor, no cabría hablar de *verdad-mentira*, como del debate inacabado acerca de la objetividad periodística, porque siempre que elaboramos un discurso sobre la realidad lo hacemos desde un determinado punto de enunciación (social) que no es necesariamente verdadero ni falso sino que solamente representa una visión de la realidad concebida (intencionada/interesada) para ser transmitida, a partir de un determinado ángulo y punto de vista. Confirmando aquello que los estudios en neurociencia, en biología del conocimiento y comunicación, principalmente, han denominado como *percepción selectiva*, y que se refiere a que, necesariamente, uno ve/lee lo que quiere (y puede o es capaz) ver/leer (Macnick y Martínez-Conde, 2013). Que no es otra cosa que el planteamiento nietzscheano, que nos recuerda Noelle-Neumann de que “solo se ve [lee] desde una perspectiva determinada; solo se ‘entiende’ desde una perspectiva determinada” (1995: 254). El mismo que en algún momento replanteó W. Lippmann hace más de setenta años en *Public Opinion* (1922) y más recientemente otros estudiosos en percepción comunicativa.

Freudianamente, diríamos que este proceso corresponde a la doble castración que experimentamos en relación a la realidad/verdad factual (Arendt, 1967), motivada

principalmente por un emisor y receptor que selectivamente (en función de las limitaciones propias de su arquitectura biológica) ven solo lo que ven (pudiendo o queriendo), para captar o transmitir, respectivamente. Con ello se pone, una vez más, el acento en el proceso respecto de cómo se percibe / recepciona el mensaje producto de la construcción (interesada/intencionada) de la realidad. Un eterno tema en los estudios multidisciplinares en comunicación. En efecto, la percepción/recepción tanto de emisor (Tuchman, 1978) como receptor (Kagelmann & Wenninger, 1986), no cesa de mantener en vilo la atención y el interés investigativo de los estudios de la comunicación. Para Kagelmann, la percepción, como proceso intraindividual, se puede definir por aquello que se suele “considerar como cierto”, o sea aquello de cuya veracidad se convence al público, y que denomina como la relevancia operativa de la percepción (Kagelmann & Wenninger, 1986).

Al respecto, y sin el ánimo de problematizar más sobre el asunto, cabría recordar la tesis central del *Bestseller Words That Work* (2011), obra del gurú del republicanismo estadounidense Frank Luntz¹⁰⁶, traducida al castellano como *La palabra es poder*, en donde se señala que lo importante no es lo que se dice sino lo que se entiende o recepciona. Lo cual obliga, por lo demás, a tener muy en cuenta aquello que se dice y cómo se dice. Al respecto, una frase que es atribuida a Albert Einstein, que señala: “*If you can't explain it simply, you don't understand it well enough*” (Si no lo puede explicar de manera sencilla, usted no lo entiende lo suficientemente bien).

Ahora bien, continuando con el planteamiento de Durandin (1995), en principio, habría que destacar que al plantearnos la relación existente entre conocimiento y referente (la realidad), lo relevante en un primer momento sería indagar respecto del lugar/punto de enunciación, o sea, *desde qué lugarse ve, habla y enuncia* o reproduce discursivamente la realidad captada /construida (“el observador”, el eneatispo 5, de la *Psicología de los eneatispos* (2014) del maestro *gestalt*, el Dr. Claudio Naranjo). Por lo que, parafraseando a Lasswell, las preguntas pertinentes en este caso serían *quién dice qué y desde dónde*. De modo tal que el conocimiento y el discurso constituyen el ámbito desde el cual es posible trabajar para que primen, como rasgos imprescindibles para la comprensión de la noticia, los criterios de verosimilitud/veracidad, y no la mentira o el ocultamiento sin más.

¹⁰⁶Su contrapunto, o sea por lo de “gurú” de los demócratas, es el lingüista George Lakoff.

Desde esta perspectiva, entonces, en una primera aproximación podría sostenerse que la mentira surge, precisamente, a partir de la divergencia que eventualmente se establece entre el *conocimiento* y el discurso elaborado *a posteriori* por el informador/emisor del hecho noticioso, pues se está pensando en la práctica y el ejercicio del periodismo. Se trata de todo el conjunto de mediaciones que atañen a la esencia y naturaleza misma del hecho informativo (lo que se percibe, ve, lee y edita) y que son susceptibles de ser obviadas o distorsionadas intencionadamente en el relato final del emisor/informador. De este modo, sería la búsqueda de la veracidad, en la labor informativa, lo que nos permite discernir entre unas noticias y otras. Entre información de calidad y la mala información (*fatnews*), lo que algunos insisten en llamar periodismo objetivo.

Por otra parte, Guy Durandin (1995) clasifica los procedimientos de la mentira y de la desinformación a partir de tres categorías principales: **los signos, las operaciones y los canales**. En donde, en términos generales, signo vendría siendo todo lo que se muestra al espectador, dentro de lo cual se encuentran: las palabras, las imágenes, los personajes, objetos o fenómenos falsos, las acciones falsas y los documentos falsos que componen, en definitiva, el mensaje noticioso. Por su parte, las operaciones corresponderían, igualmente, a las diferentes formas de alteración de las representaciones válidas y veraces de la realidad hasta llegar a reduccionismos y, derechamente, omisiones totales, pasando por la exagerada relevación de factores y elementos completamente subalternos en el contexto del evento noticioso. Lo cual nos da pistas respecto de la enorme capacidad mediática a la hora de distraer la atención del público y conducirla hacia lo irrelevante y superfluo de la realidad en función de los intereses que se encuentran en juego.

En este sentido sería pertinente recordar la noción de signo que tiene Umberto Eco en su particular teoría de la mentira formulada en el *Tratado de Semiótica General* (2000), en donde plantea, por lo demás, que “la semiótica es la disciplina que estudia todo lo que puede usarse para mentir” (Eco, 2000: 22). Eco señala que “signo es cualquier cosa que pueda considerarse como sustituto significante de cualquier otra cosa” (Eco, 2000: 22), y que “si una cosa no puede usarse para mentir, en ese caso tampoco puede usarse para decir la verdad: en realidad, no puede usarse para nada. La definición de ‘teoría de la mentira’ podría representar un programa satisfactorio para una semiótica general” (Eco, 2000: 22).

Por último, los canales, que corresponden a los diferentes soportes mediante los cuales se transmiten las representaciones verdaderas y/o falsas, y están ahí para alcanzar: al conjunto de la población (medios de comunicación de masas, fiestas, manifestaciones...) y a grupos sociales específicos (congresos, coloquios...), para llegar a individuos específicos (líderes de opinión...) (Durandin, 1995).

2.3.6. MENTIRA Y (COMUNICACIÓN) POLÍTICA

El lenguaje eufemístico [ambiguo] de la política no es deleznable por intentar manipular y controlar nuestras mentes, sino porque constituye un tipo de mentira.

(Pinker, 1999: 60).

Nadie ha dudado jamás que la verdad y la política nunca se llevaron demasiado bien, y nadie, por lo que yo sé, puso nunca la veracidad entre las virtudes políticas. Siempre se vio a la mentira como una herramienta necesaria y justificable no sólo para la actividad de los políticos y los demagogos sino también para la del hombre de Estado.

(Arendt, 1967)

Tal y como lo señalan los citados Hannah Arendt (1967) y Jacques Derrida (1999), Gianni Vattimo (2010), entre otros, como asimismo Pérez Cortés (1998), la mentira prioritariamente parece haber recalado, con total impunidad y naturalidad, prioritariamente, en dos ámbitos y prácticas sociales: la política y los medios de comunicación. Para este último autor, es virtualmente imposible encontrar otros ámbitos en donde la mentira cuente con tantos privilegios como en la política. Para lo cual argumenta ejemplificando con célebres consejos al estilo de los esgrimidos por Maquiavelo, el sabio florentino, en *El Príncipe* (1513), como en otros tantos tratados políticos medievales de ciencia o filosofía política contemporánea. Asimismo, destaca que no obstante no ha sido (mayormente) objeto de reflexión de los grandes pensadores de este tiempo; estando, igualmente, ausente como concepto de los diccionarios modernos de política o tratados politológicos o filosóficos.

Una cuestión que puede atribuirse a cierta hipocresía social disfrazada (Catalán, 2005), o a extensas dosis de sinceridad de ciertas concepciones objetivas que el poder político tiene de sí mismo, al fundar, teóricamente, su legitimidad en un acuerdo (tácito)

de voluntad y razón con la ciudadanía; en donde la *mentira* y el *engaño* aparecen como elementos perturbadores que violentan –en teoría– flagrantemente el acuerdo de legitimidad. Al mismo tiempo que envuelven al poder de un manto de sospecha al gozar éste de una cierta impunidad que trasgrede cualquier racionalidad. Ergo, la veracidad será vista como relativa al deber ciudadano y a las libertades públicas (Pérez Cortés, 1998).

José María Martínez Selva (2009) señala en este sentido que es el mundo de la política en donde se nos permite advertir con una intensidad mayor el “coqueteo, y hasta la pasión desenfrenada, con la mentira de ocultación, con el manejo (...) de la información” (2009: 8). La historia de la humanidad está plagada de ejemplos por doquier, unos menos edificantes que otros, desde los remotos tiempos del general ateniense Alcibiades en la Gracia clásica hasta nuestros días.

Si la personalidad antisocial puede ser apropiada para las proezas bélicas, es espeluznante lo que un psicópata puede hacer cuando alcanza el poder. El siglo XX ha quedado teñido de rojo por las atrocidades de numerosos gobernantes locos y, en el siglo XXI, aún hay lugares en los que desde el poder político se incita y espolea a las acciones más salvajes, incluso contra sus compatriotas (Martínez Selva, 2009: 85).

De tal modo que, según Martínez Selva, el político desarrolla casi exclusivamente la mentira por ocultamiento más que por invención/distorsión precisamente gracias a la gran exposición en la que se encuentran su personas, actuaciones y dichos, especialmente a partir de la presente era, la era de la comunicaciones. Con lo cual, al igual que los medios de comunicación, apelando al don de la oportunidad, hacen gala del “manejo” (administración/gestión) de la información: “hacer o decir las cosas en el momento adecuado” (2009: 86). Por lo que es posible identificarlos con la figura del seductor, al usar la palabra para disfrazar y ocultar la realidad con ensoñaciones que persiguen moldear la opinión pública y la conducta de los otros con el propósito de ganar adhesión y voluntad ciudadana. “La mentira encaja con facilidad en el lenguaje político, en el que es más importante lo que se consigue a través de él que lo que realmente dice” (Martínez Selva, 2009: 87).

Estamos hablando de un uso instrumental del lenguaje que se asemeja al de otros usos como los publicitarios o el lenguaje técnico de otras profesiones (abogados, médicos, etc.) que utilizan “sus conocimientos y su habla oscura para convertirlo, en el peor de los casos, en miedo”. De hecho “el político también hace uso del miedo”

(Martínez Selva, 2009: 87): “Si no lo votamos, si no lo elegimos, si no aceptamos lo que nos dice, las consecuencias serán fatales. En estas condiciones, marcadas por la instrumentalización, no debe extrañar que se recurra a la mentira con mayor o menor intensidad” (Martínez Selva, 2009: 87): el lenguaje de la manipulación, el lenguaje por excelencia del poder.

El fenómeno relativamente reciente de la manipulación masiva de los hechos y de la opinión, tal como se ha tornado evidente en la reescritura de la historia, en la fabricación de imágenes y en la política de los gobiernos. La mentira política tradicional, tan saliente en la historia de la diplomacia y de la habilidad política, generalmente se refería a secretos auténticos –datos que nunca se habían hecho públicos– o bien a intenciones que, de todos modos, no poseen el mismo grado de certidumbre que los hechos consumados (...) Las mentiras políticas modernas tratan eficazmente de cosas que de ningún modo son secretas, sino conocidas prácticamente por todo el mundo. Esto es evidente en el caso de la reescritura de la historia contemporánea a la vista de aquellos que han sido sus testigos, pero es igualmente cierto en la fabricación de imágenes de todo tipo (...) pues se supone que una imagen, a diferencia de un retrato a la moda antigua, no embellece la realidad sino que ofrece de ella un sustituto completo. Y ese sustituto, en virtud de las técnicas modernas y de los medios masivos de comunicación, es, por supuesto, mucho más patente de lo que fue jamás el original (Arendt, 1967).

En efecto, el poder, al establecer una comunicación basada en la manipulación, muy cercana a la mentira, lo que busca crear es una realidad/verdad paralela o propia, al margen de la existente. Al menos de la compartida socialmente, fundada –como la anterior– en la lenguaje, y es por ello que el lenguaje y la comunicación desplegados en modo tergiversación y exageración, y el empleo de la mentira juegan un rol relevante en la práctica (política) y el ejercicio del poder (Martínez Selva, 2009: 88). Sin perjuicio de que cotidianamente todos, cual más o cual menos, hagamos un uso instrumental del lenguaje con el propósito de ganar voluntades y el favor de los otros (Martínez Selva, 2009: 88). Una práctica que por lo demás es muy cercana a la mentira. En este sentido cabe recordar la hipótesis de S. Levitt y S. Dubner (2005) que señala que siempre que hay beneficio hay mentira, sin importar su magnitud, alcances ni calibre.

Martínez Selva (2009), siguiendo a Victoria Camps (1998) y a García Castro (2007), señala algunas características más del lenguaje instrumental de la política (el poder). En primer lugar, cita que la jerarquía crea su verdad y su lenguaje de verdad, o sea lo dicho por el poder es una verdad *a priori* casi incuestionable. Luego menciona la usurpación del lenguaje que efectúa el poder en términos de apropiación y re-significación de ciertos conceptos (y significados), que también adquieren carácter de verdad; y,

finalmente, tenemos que el lenguaje político tiende “a ser perspectivista, unidireccional y pretende transmitir intencionadamente una forma de ver los acontecimientos ligados a sentimientos y actuaciones concretas, alineados con sus intenciones” (Martínez Selva, 2009: 89).

George Lakoff con su *teoría de los marcos conceptuales* (Lakoff, 2007; Lakoff & Johnson, 1993) señala en términos generales que el éxito o el fracaso en el cumplimiento de los propósitos de las ideas políticas está directamente relacionado con el hecho de que el relato se conecte o no con el *marco* (conceptual, que activa las estructuras mentales inconscientes que motivan nuestras conductas y actuaciones) que moviliza las respectivas emociones a favor o en contra, dado que en nuestras mentes existiría un sistema conceptual, que da coherencia el lenguaje y que condiciona nuestros emociones, pensamientos y acciones.

Los marcos conceptuales, en definitiva, se relacionan con un ámbito aspiracional o “pensamiento desiderativo” en donde lo relevante no son los hechos sino lo que eventualmente puede o debiera ocurrir (Martínez Selva, 2009: 92). Y es en virtud de lo cual que el discurso político se ve beneficiado con un amplio rango de maniobra que facilita que pueda decir la verdad, prometer (y no cumplir) u ocultar la realidad; combinadas con otros tipos de recursos tales como la evasión, los silencios y las maniobras distractoras (dilatatorias) (Martínez Selva, 2009: 96).

Para terminar estas breves pinceladas sobre la mentira y la política nos parece pertinente traer a colación la relación que establece Koyré (1943) entre la mentira y los totalitarismos. Un sistema a la luz del cual pudiéramos interpretar la política exterior estadounidense de la posguerra y que, por otro lado, bien que se ve identificado con el actual orweliano orden global. En la antropología del totalitarismo, que no admite la existencia de una esencia humana única y común a todos, hallamos igualmente al sujeto definido por la sinrazón y guiado por el instinto y la pasión –que no sabe pensar ni querer, sino solo obedecer y creer– como en la vieja teoría del “rebaño desconcertado” (Lippmann, 2004; Bernays, 1995), o de la “democracia del espectador” (Chomsky y Ramonet, 2002), dejando reservada para una selecta élite la razón y el pensamiento (Koyré, 1997).

Y que ilustra muy bien en la siguiente idea: resulta francamente absurdo e inútil, al margen de que el totalitarismo funda su primacía sobre la mentira, relacionar sin más a

Hitler con la mentira y la manipulación, sin antes no advertir que él anunció públicamente en su programa de acción (*Mein Kampf*, 1925) todo lo que en verdad hizo. “Porque sabía que no sería creído por los ‘otros’, que sus declaraciones no serían tomadas en serio por los no iniciados, precisamente así, diciéndoles la verdad, estaba seguro de engañar y adormecer a sus adversarios” (Koyré, 1997: 509). Se trata, ni más ni menos, que de la vieja táctica maquiavélica de la mentira en segundo grado, “técnica perversa por antonomasia y en la que la verdad misma se convierte en puro y simple instrumento de engaño. Parece claro que la tal ‘verdad’ no tiene nada que ver con la verdad” (Koyré, 1997: 509).

Estamos habituándonos a la mentira. Mentir se ha vuelto normal, una segunda naturaleza. Es desconcertante observar que quien miente además no se preocupa más de aquello que dijo. Mañana dirá lo contrario, o bien, se olvidará de sus promesas. ¿Mañana? Qué digo, se puede mentir varias veces en el mismo día, o en el lapso de unas pocas horas. O, si se tiene habilidad, dentro del mismo discurso. A Nadie le importará. Mentir está de moda. Se trata de decir a alguien lo que quiere oír en ese momento y otra cosa totalmente opuesta y “políticamente correcta” después. Se da por descontado que un “mentiroso en serie” como Renzi, pueda convertirse, precisamente gracias a esta capacidad, en presidente del Consejo. Lo que antes era una vergüenza y te llevaba al aislamiento social es hoy una virtud. El simple apretón de manos para firmar un pacto hace parte del pasado remoto. La reputación es una fábula tan bella como anticuada. Un cadáver social. Italia ha sido educada en la mentira por más de veinte años. El abanderado máximo ha sido Berlusconi, descarado, astro indiscutible de la desfachatez. La así llamada izquierda ha logrado a menudo superarlo por omisión, con el ocultamiento y la tergiversación de las palabras, por ejemplo. Los Incineradores que se convierten en termovalorizadores, que es otra refinada forma de mentira. “Necesitamos creer en las Instituciones”, “respetar las instituciones”, pero ¿cómo vamos a hacerlo si quienes las representan mienten compulsivamente? Se les enseña a los niños a no decir mentiras, pero, los niños miran los telediarios y piensan que sus padres son buena gente, pero totalmente extemporáneos y un poco pueriles... No son creíbles los que ocupan los más altos cargos de Estado, los responsables de la economía, son inmunes a la verdad. La política ya no es el arte de lo posible sino el arte de la Mentira. Mientras mayor es la mentira, que celebra por ejemplo “La luz al fondo del túnel”, más será creída por todos. La gente tiene necesidad de creer lo falso, porque la verdad hace daño. Quien miente crea esperanzas infundadas y lo sabe. Mario Monicelli lo explicó de esta manera: “La esperanza es una trampa inventada por los patrones”, yo espero algo que nunca ha ocurrido en Italia, una bella revolución (Grillo, 2014).

2.3.7. LA MENTIRA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En primer lugar, para esta parte habría que suscribir todo lo dicho en relación al modelo de *desinformación* y la *mentira* (comunicacional). No obstante, existen algunas precisiones contenidas en el citado texto *La gran mentira* (2009) de José María Martínez Selva, que es posible formular en específico al respecto. Como por ejemplo insistir en la idea del rol neurálgico que juegan los medios de comunicación en la conformación de la opinión pública, de ahí el interés del poder (político y económico) en ellos. Por lo que no resulta tan complicado, en verdad, imaginar cómo es que pueden cejar en su misión social fundamental: transmitir la información de manera oportuna y veraz. Especialmente, si hemos de tener en cuenta que en el centro de todo se sitúa una verdadera vorágine por la captación de audiencias, principalmente, en pos de la generación de beneficios y utilidades económicas, o con el propósito de influir directamente en la opinión pública y, en última instancia, en las creencias y conductas de la gente.

Es en este ámbito en donde se cruzan y entrecruzan los intereses de los medios de comunicación –los que en última instancia siempre responden ante sus propietarios– y de los políticos. Es por ello que muy probablemente comparten algunas características comunes, como es la estrategia de gestionar (manipular), fundamentalmente la información (administrar la información y el momento de su difusión) en lugar de la falsificación y la distorsión pura y dura de los contenidos y de la realidad (Martínez Selva, 2009: 129). El ejemplo más típico, según este analista, es la ocultación o el silenciamiento de determinados trazos de verdad, mediante “no publicar información que no interesa al periódico o a su línea editorial o ideológica. A veces no se silencia totalmente sino que se reduce a la mínima expresión y se relega a lugares o momentos de mínima atención para el público” (Martínez Selva, 2009: 129), como ocurre mediante la técnica del encuadre o recorte de la realidad (*framing*) (Goffman, 1986), presentada como verdad única (Serrano, 2009; Chomsky y Ramonet, 2002; Sánchez Díez y Aparici, 2008).

La *mentira* en los medios de comunicación, además, se vale de una serie de recursos y rutinas informativas a través de los cuales se despliega, entre las que tenemos: la

fabricación de titulares o su exageración, la apropiación de la verdad (no de lo que en verdad ocurre sino de lo que los medios dicen que ocurre) o la técnica de la administración de los contenidos según la oportunidad para su difusión. Una técnica, ésta última, que en algunos casos es manejada con una intencionalidad dramática que va en función directa de la captación de audiencias. Todo ello junto al “enfoque ideológico y la mezcla del dato con la opinión hacen que el medio ofrezca una realidad distorsionada” (Martínez Selva, 2009: 130). Ya sea por vía del expediente de la noticia silenciada, sesgada, sazónada o, derechamente, fabricada, cuando se alcanza cuotas de escándalo, pues en cualquier evento estamos hablando de unos modos de construcción de la realidad perfectamente intencionales e intencionados (Fernández, 1990).

Directamente, en entornos competitivos que hoy en día son casi todos y en ámbitos de gran actualidad, se llega a fabricar y sazónar, adornar o “maquillar” noticias con datos exagerados o detalles falsos. La prensa escrita, y en mayor medida la radio y la televisión, no son sólo proveedores de información y opinión, ya que asumen funciones de formación y entretenimiento. Con el afán de ganar clientes, la competencia lleva a que algunos medios de comunicación valoren la sensación o el impacto emocional que provoca la noticia por encima de la sustancia de los artículos (Martínez Selva, 2009: 130)

Ahora bien, antes de pasar de plano a la segunda parte de esta investigación, creemos pertinente referirnos en términos generales a un tema no menos complejo y que constituye la otra cara de la medalla del problema de la mentira que hemos estado tratando, nos referimos al concepto de la *verdad*. Ello, fundamentalmente, para dar cuenta, de paso, de otra de las problemáticas que se desprenden integralmente de ella y que de algún modo cobra especial relevancia en esta investigación, a saber, el tema de la *objetividad (verdad) periodística*, de lo cual nos ocuparemos sucintamente en el siguiente acápite.

2.3.8. ALGUNOS FUNDAMENTOS DE LA “OBJETIVIDAD” (VERDAD) PERIODÍSTICA

La verdad es preciosa. Es una lástima que haya tantas personas en nuestra sociedad que hayan perdido el respeto por ella; personas que han vendido su conciencia y su alma por recompensas financieras temporales mientras sacrifican la estabilidad y el equilibrio del resto del país al hacerlo. La psique humana vive del aire de la verdad. Sin ella, la humanidad no puede sobrevivir. Sin ella, la especie colapsará a falta de sustento intelectual y emocional. La desinformación no solo amenaza nuestra visión del funcionamiento de nuestro mundo, nos hace vulnerables al miedo, al malentendido y la duda, cosas todas ellas que llevan a su destrucción. Puede llevar a buenas personas a cometer terribles atrocidades contra otros o incluso contra sí mismas. Sin un esfuerzo concertado y organizado por neutralizar las mentiras producidas en masa, el futuro ciertamente será frío y sombrío.

(Smith, 2012).

En este tema nos enfrentamos a un largo e inacabado debate (Armentia, 2005), que se conecta directamente con profundas cuestiones epistemológicas relativas al proceso comunicativo, obligándonos a entrar a otras de una profundidad gnoseológica y neurocientífica no menor, a muchas de las cuales ya hemos apelado con motivo del desarrollo anterior, especialmente en lo que respecta a complejos temas de orden perceptivo y cognitivo (Macnick y Martínez-Conde 2013; Maturana y Varela, 1992; Pinker, 2001); como asimismo en relación con el tema de la verdad/realidad (Berger y Luckmann, 2001; Keller, 1988), por lo que no parece recomendable ahondar más en ello. No por nada Stephen Wardhas señaló que la objetividad periodística idealmente destaca sobre hechos, procedimientos y la imparcialidad, dado que como tal es un híbrido de los tres sentidos de la objetividad, a saber, ontológico, epistemológico y procedimental (Ward, 2004: 19).

Es en virtud de lo cual que Ward distingue los siguientes niveles en materia de objetividad: a) la diferencia entre la realidad y la apariencia, b) los métodos de consultas, que las creencias se basan en las prácticas estándar y c) los acuerdos institucionales de equidad en la forma alcanzados en ciertas decisiones. De modo tal que para él la objetividad periodística, en tanto buenas prácticas, se caracteriza por la combinación de los tres enfoques. Asimismo, mediante la combinación de estas tres

perspectivas es que la objetividad periodística ha sido elevada a categoría de dogma en el periodismo occidental. Un periodismo que busca la “imparcialidad” y la “ecuanimidad” en su búsqueda de la verdad (Sanders, 2003: 42), tanto como para ser considerado de las mejores prácticas del periodismo moderno y una pauta a seguir dentro de la teoría liberal (Schudson, 2001: 149). Sin embargo, la objetividad, en tanto buena práctica periodística, es sólo una aspiración liberal que rara vez se ha cumplido y que a menudo se utiliza para establecer la criticidad y rigidez de estructural (Genro Filho, 2010-1987: 163).

No obstante, debemos tener en cuenta, en relación a este tema, que si bien es cierto que una parte importante de la *realidad* es construida a partir de complejas funciones neuronales (Maturana y Varela, 1992; Pinker, 2001), no es menos cierto que somos capaces de captar tan solo una mínima parte de esa realidad, al tiempo que procesar un porcentaje menor aún de lo captado: “desechamos el 95 por ciento de lo que ocurre a nuestro alrededor” (Macnick y Martínez-Conde, 2013: 28). De modo tal, que es posible afirmar que –sorprendentemente– todo lo que experimentamos no representa más que una ilusión (Macnick y Martínez-Conde, 2013). Ello no quiere decir *stricto sensu* que la realidad no esté allí fuera (Macnick y Martínez-Conde, 2013: 26-27); pero sí, que “todo parece indicar que la realidad es muy distinta de cómo la vemos y que al fin y al cabo, puede ser que el mundo no sea en nada parecido a lo que percibimos conscientemente” (Nobre, 2011).

Complementariamente hemos de señalar que el constructivismo social, los estudios de la ciencia biológica, los estudios culturales, la teoría crítica, el posmodernismo y el deconstructivismo, por ejemplo, plantean que “nuestras observaciones siempre están infectadas por las teorías, y las teorías están saturadas de ideología y doctrinas políticas, de modo que cualquiera que diga que tiene los hechos o que sabe la verdad no hace sino intentar ejercer el poder [y manipular] sobre todos los demás” (Pinker, 2003: 314).

Los movimientos relativistas convienen en que la ciencia es una forma acentuada de percepción y cognición, pero sacan la conclusión opuesta: que los científicos, como la gente corriente, no están equipados para captar una realidad objetiva. Al contrario, dicen sus defensores: “La ciencia occidental es sólo una forma de describir la realidad, la naturaleza y el modo de funcionar de las cosas –un modo muy efectivo, desde luego, para la producción de bienes y beneficios, pero insatisfactorio en la mayoría de los otros sentidos–. Es una arrogancia imperialista que ignora las ciencias y las ideas de la mayoría de las culturas y épocas” (1) [Cita de Cartmill, 1998]. En ningún otro sitio es más importante esto que en el estudio científico de temas que

llevan una carga política, como la raza, el género, la violencia y la organización social. Apelar a los “hechos” o a “la verdad” en relación con estos temas es, a juicio de los relativistas, simplemente una artimaña, porque no existe la “verdad” en el sentido de una vara de medir objetiva independiente de presunciones culturales y políticas (Pinker, 2003: 315).

No obstante lo anterior Steven Pinker es partidario de una vía intermedia entre el realismo (ingenuo) y aquel que ve a la mente humana completamente desconectada de la realidad. Pues, si bien es cierto que hace mucho tiempo que los psicólogos cognitivos que estudian la formación de los conceptos han concluido que la mayoría de las categorías de objetos del mundo en cierto modo existen desde antes de que nos detuviéramos siquiera a pensar en ellos (Pinker, 2003: 322); por otro lado, efectivamente existen un conjunto de categorías conceptuales que “no guardan una relación sistemática con la realidad y las cosas del mundo, por lo que son construcciones sociales (y por lo tanto se pueden deconstruir)” (Pinker, 2003: 322). A su juicio, el mundo real (verdad/realidad) está sintonizado con nuestras facultades cognitivas y perceptivas en respuesta a las ilusiones que conocemos como consciencia de que hablan Macnick y Martínez-Conde (2013). Y señala que en efecto:

Reconocen la posibilidad de que exista una brecha con la realidad y buscan la forma de llegar a la verdad que se esconde detrás de la falsa impresión. Cuando vemos el remo que parece estar quebrado en la superficie del agua, sabemos cómo averiguar si realmente está quebrado o sólo lo parece: podemos palparlo, deslizar un objeto por todo él, o tirar de él para ver si la parte sumergida se queda atrás. Parece que el concepto de verdad y realidad que implican estas pruebas es universal. Las personas de todas las culturas distinguen la verdad de la falsedad y la vida mental interior de la realidad manifiesta, e intentan deducir la presencia de objetos no observables de las pistas perceptibles que dejan tras de sí (2003: 319).

Ahora bien, a efecto de referirnos en concreto al tema de la *verdad-objetividad* periodística, creemos pertinente remitirnos, inicialmente, a los conceptos vertidos por G. Durandin, aludido con anterioridad, los que, en términos generales, apelan a la útil distinción que hace de entrada el autor entre los conceptos *realidad* (referente), *conocimiento* (apropiación de la realidad) y *discurso* (representación transmisible de la realidad) (Durandin, 1995). En segundo lugar, este mismo autor señala que de la divergencia existente entre estos dos últimos conceptos surgiría la imposibilidad de dar efectivamente con la objetividad (veracidad) en el trabajo periodístico. Por lo que no cabría hablar de verdad-mentira en materia de contenidos periodísticos, porque siempre que elaboramos un discurso sobre la realidad lo hacemos, necesariamente, desde un determinado enfoque o punto de vista, que no es ni verdadero ni falso, toda vez que

representa una visión (más) de la realidad concebida (bajo determinado enfoque) para ser transmitida (Durandin, 1995). De ahí que recomiende, a la hora de establecer la veracidad de los contenidos de la información o verdad / objetividad periodística, centrarse en el análisis del punto desde donde se está enunciando el discurso, pues, a su juicio, el discurso siempre es una re-presentación de una realidad captada por alguien para ser transmitida a un otro.

Este planteamiento nos introduce, seguramente, en la más importante distinción en relación a este debate, aquella que establece una taxativa diferenciación entre *información* (hechos) y la *opinión* (que tenemos sobre ellos). Una vieja distinción que responde al positivismo comteano a partir de la diferenciación entre *hechos* y *valores* (juicios u opiniones considerados expresiones emotivas carentes de comprobación). Ello porque en materia de periodismo y comunicación de esta distinción son deudores los dos enfoques gnoseológicos fundamentales existentes en este tema, y cuyas raíces se remontan al empirismo naturalista del siglo XVII, a saber, el *objetivismo* y el *subjetivismo*. En virtud de lo cual el objetivismo consagra el des-involucramiento del sujeto en el acto gnoseológico respecto de los hechos (Muñoz Torres, 1995: 143), de donde devendrá, precisamente, la tajante división entre la *información* (los hechos) y *opinión* (nuestra impresión de los mismos). Ello más tarde, a partir de la irrupción de la subjetividad, dio origen al surgimiento de los géneros periodísticos (Armentia, 2005).

El *subjetivismo*, por su parte, se sustenta en el hecho de que todo conocimiento (humano) es subjetivo en el sentido de que el sujeto es su razón última, por lo que las opiniones no serían ni verdaderas ni falsas, al tiempo que no existiría ninguna manera ni instrumento que permita comprobar tanto lo uno como lo otro; por lo que su premisa fundamental será por tanto que la verdad, como la objetividad –al depender del sujeto, que en última instancia es incapaz de alcanzar verdades universales que se adecuen a la realidad–, son lisa y llanamente inalcanzables (Muñoz Torres, 1995: 153). El escepticismo de este sector (con ciertos resabios de relativismo y pesimismo) ve al hombre como absolutamente incapaz de aprehender la realidad tal y como ésta es (escepticismo intrínseco). Ello sumando al hecho de que la información desde siempre está muy alejada del paradigma de la verdad, debido a factores como la posición del informante, las circunstancias que le rodean, la autocensura impuesta por el profesional, las presiones económicas y políticas, etc. (escepticismo extrínseco), por lo que solo

cabría reconocer la inexistencia de una visión unívoca de la verdad / realidad (Desantes, 1976: 14-18) y harían en definitiva imposible la objetividad (Benito, 1995).

Hannah Arendt, por su parte, también se hizo presente en el debate *hecho-opinión*. Un debate que esta autora calificó como una reapertura de un “antiguo y al parecer obsoleto tema de verdad frente a opinión” (Arendt, 1967). La *verdad* (factual) dirá – apoyada en Hobbes– está basada “sobre principios de verdad”, en cambio la opinión lo hace sobre la base “de las pasiones e intereses de hombres que son diferentes y mutables” (Arendt, 1967). Dirá, también, que lo opuesto a un juicio racionalmente verdadero (u objetivo, en este caso) no es la mentira o la subjetividad sino el error y la ignorancia, para el caso de la ciencia, como la ilusión y la opinión lo es para el de la filosofía (Arendt, 1967).

Los hechos y las opiniones, aunque deben mantenerse separados, no son antagónicos entre sí; pertenecen al mismo campo. Los hechos dan origen a las opiniones, y las opiniones, inspiradas por pasiones e intereses diversos, pueden diferenciarse ampliamente y ser legítimas mientras respeten la verdad factual. La libertad de opinión es una farsa, a menos que se garantice la información objetiva y que no estén en discusión los hechos mismos. En otras palabras, la verdad factual configura al pensamiento político tal como la verdad de razón configura a la especulación filosófica (Arendt, 1967).

Uno de los primeros, si no el primero, en referirse a este tema de la objetividad-subjetividad, en relación al contenido y a la práctica periodística fue Walter Lippmann en *Public Opinion* (1922). En efecto, Lippmann, pionero como en tantos otros temas, coincidiendo con los planteamientos neurocientíficos, será uno de los primeros en poner también el énfasis en una de las cuestiones centrales de esta problemática: nuestra absoluta y total incapacidad de aprehensión de un complejo mundo (y las cosas), por lo que resulta imperiosa la (re)construcción de modelos más asequibles del mismo (2003: 33); una idea que, más tarde, será recogida por la neurociencia como la *percepción selectiva* y por Luhmann bajo el concepto de *reducción de la complejidad* (1990: 17), respectivamente; con lo cual nos advierte respecto de la importancia que reviste la forma en que imaginamos el mundo, pues, a su juicio, bajo ciertas circunstancias se determina de modo considerable el variado conjunto de posibilidades que adoptan nuestras conductas sociales (Lippmann, 2003: 40).

Un segundo aporte relevante que formula Lippmann al tema de la verdad-objetividad periodística, tiene relación con el hecho de que introduce la distinción teórica entre

noticia y verdad. En virtud de lo cual, la primera opera en función de destacar sucesos, mientras que la segunda, posee como fin último sacar a la luz “hechos ocultos, poner de manifiesto las relaciones que los vinculan entre sí y proporcionarnos una imagen de la realidad en base a la cual podamos actuar” (2003: 289). Por lo que no debiéramos confundir, en función de tales propósitos, la verdad con la noticia, pues se trata, según él, de dos cuestiones con propósitos completamente diferentes.

Las verdades y las noticias solo coinciden en aquellos puntos en que las condiciones sociales adoptan una forma reconocible y mensurable, pero en términos comparativos éstos solo representan un porcentaje mínimo de nuestros intereses. Es en dicho ámbito, y solo en él, que el grado de veracidad de las noticias presenta la suficiente exactitud como para considerar cualquier acusación de tergiversación u omisión algo más que una opinión partidista (Lippmann, 2003: 289).

Una distinción que, por lo demás, resulta extremadamente importante para el tema de la objetividad, pues mediante ella el autor se introduce, a su vez, en otro aspecto relevante en este sentido, cual es la absoluta imposibilidad en que nos encontramos de poder comprobar o verificar la supuesta veracidad (autenticidad) de las noticias. Una cuestión que explica, de paso, de modo inmejorable, a nuestro juicio, el fondo y la naturaleza misma de la profesión periodística (Lippmann, 2003: 290).

Ni su propia conciencia [estereotipos, códigos propios e intereses] ni los hechos proporcionan a los periodistas un apoyo semejante [se refiere al método científico] (...); el control que las opiniones de sus patrones y lectores ejercen sobre ellos no es el control de los prejuicios sobre la verdad, sino el que una opinión ejerce sobre otra, que por demostración no es menos cierta (Lippmann, 2003: 290).

Como se puede advertir, la verdad, y por ende la objetividad, siguiendo a Lippmann, en una primera instancia quedaría simplemente relegada a una versión, a una opinión más de los hechos y acontecimientos narrados:

Cuanto más conscientes sean de sus propias limitaciones, más tenderán a admitir que, en los casos en los que no resulta posible comprobar con objetividad el grado de veracidad de las noticias [que, en definitiva siguiendo a Lippmann, son una enorme mayoría, por no decir todas], en alguna medida vital, sus opiniones se basarán en sus estereotipos personales, sus propios códigos y las necesidades de sus intereses. Por tanto sabrán que están viendo el mundo a través de unas lentes subjetivas y no podrán negar que también ellos son, como dijo Shelley, cúpulas construidas con cristales de muchos colores que manchan el blanco resplandor de la eternidad (Lippmann, 2003: 290).

Por su parte, Steven Maras (2013), uno de los últimos analistas que se ha hecho cargo de la revisión histórica de la objetividad periodística, con relativa resonancia,

señala, una vez establecida la distinción *noticia* versus *opinión* –un debate que por mucho tiempo marginó los “credos” del tratamiento noticioso e informativo–, que asistimos, de la mano de la introducción del concepto de noticia como bien público y del fenómeno de la eventual apropiación de la información política por parte de los medios comerciales, paulatinamente a un proceso de control de los medios de comunicación por parte de las administraciones (políticas) a través de la publicidad y la esponsorización. Todo ello, en el contexto de una incipiente democracia liberal establecida hacia 1830 en los Estados Unidos, redundaría en el origen del tema de la objetividad. Fenómeno que será reforzado por el surgimiento de la cuestión de la ética periodística a fines del siglo XIX (Maras, 2013: 50).

Para Maras, que sitúa el surgimiento de la *objetividad*, como tantos otros en comunicación, en los Estados Unidos, señala que, junto con ser un tema neurálgico, ha estado en el centro del debate de los historiadores de los media desde los orígenes mismos del periodismo, por lo que resulta relevante abordarlo a partir de los orígenes de esta cuestión para poder comprender de qué se habla cuando se toca el asunto de la objetividad periodística (Maras, 2013). Es por ello que cita un grupo importante de analistas y trabajos –todos estadounidenses– que han abordado esta cuestión, precisamente, desde sus orígenes, a saber: James W. Carey, Michael Schudson y Daniel Schiller, como los aportes de Stuart Allan en *News Culture* (2004), Stephen J.A. Warden *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond* (2004), Richard L. Kaplan en *Politics and the American Press: The Rise Of Objectivity, 1865-1920* (2002), Gerad J. Baldasty en *The Commercialization of News in the Nineteenth Century* (1992), y Robert A. Hackett y Yuezhi Zhao en *Sustaining Democracy? Journalism and the Politics of Objectivity* (1998).

Todos los cuales han puesto de algún modo el énfasis en otro de los aspectos fundamentales para entrar al tema de la *objetividad* desde su origen, a saber, sus cuatro fundamentos esenciales: el profesionalismo, la tecnología, la comercialización y la política (Maras, 2013). En términos generales, el *profesionalismo* se refiere al momento en que surge el reporterismo y se ve enfrentado a cuestiones relativas a la ética, la buena praxis y el ejercicio profesional (objetivo) del oficio. La *tecnología* se refiere a la aparición de ciertos dispositivos tecnológicos como es el caso del telégrafo, que influyó de modo decisivo en la manera de presentar (objetivamente) la noticia.

La comercialización, a su vez, fue –según este autor– decisiva en tanto que la información se transformó en un bien de consumo, por lo que la objetividad se instaló como una cuestión imprescindible en función de la captación de audiencias cada vez más amplias y plurales. Por último, la *política*, aunque menos relevante respecto de la objetividad, es un factor omnipresente en lo que respecta a la información y por ende juega un rol fundamental en la objetividad misma. Según Maras (2013) desde el surgimiento de Associated Press (AP) y ante la imperiosa necesidad de entregarle noticias (objetivas) a los diferentes medios de comunicación de variadas tendencias se impone la etiqueta de la *objetividad*.

Ahora bien, dicho todo lo anterior, resulta inevitable interrogarnos respecto de qué estamos entendiendo cuando hablamos de *objetividad* periodística. Para Lippmann, las noticias que recibimos son el producto de una serie de filtros y decisiones (respecto de qué editar y en qué orden, con cuánto espacio y cuáles énfasis) que no responden a ningún criterio de objetividad sino que en última instancia responden a meros convencionalismos y estandarizaciones periodísticas (Lippmann, 2003: 285). Algo que Pascual Serrano define como una labor mecánica cuyo cumplimiento es auténticamente militar (Serrano, 2011).

Por otro lado sin cuyas estandarizaciones (estereotipos y juicios de valor rutinarios), al margen de la enorme economía que representa para el periodismo en materia de tiempo y esfuerzo (con lo cual el periodismo se influye noticiosamente de mutua y recíprocamente), “los editores simplemente no tardarían en ser sepultados bajo presión” (Lippmann, 2003: 284). Es a raíz de ello que describió lo que los periodistas consideran a la hora de la selección *valores de la noticia*, una suerte de pretendido objetivismo noticioso en virtud del cual se construye una suerte de *consenso informativo* que supone una confirmación de certitud para el público, generador del *pseudoentorno* y de una *pseudorrealidad*. Por lo que para Lippmann la idea de mundo que tenemos es fruto de nuestra imaginación y de nuestras limitadísimas posibilidades que nos brinda la experiencia directa, a todo lo cual habría que añadirle los contenidos sesgados (filtrados), consensuados y estandarizados que nos legan (mediatizados) los medios de comunicación. Una situación que no puede sino presentarse como lo más lejano a la (pretendida) objetividad.

Un planteamiento similar desarrolla Goldón, cuando señala que si bien es cierto que los acontecimientos existen objetivamente, con independencia de la actitud asumida antes ellos por el profesionales de la información, no es menos cierto que la elaboración de contenidos periodísticos, que involucra, necesariamente, una “selección, características, contexto, ubicación en el sistema de interconexiones y el propio modo de su presentación, está inevitablemente marcada por evidentes elementos valorativos (...) de todo esto se desprende que la idea de que hay una actividad informativa ideal que no hace más que registrar hechos imparcialmente, es insostenible” (1994: 73-74).

Por su parte Soria, coincidiendo con algunos puntos del planteamiento lippmanniano, señala que si bien es cierto que la verdad informativa opera sobre hechos y circunstancias –no cosas– insertas en unas coordenadas tiempo-espacio, sobre las cuales la actividad informativa impone serias restricciones relativas a la simultaneidad y exigencias de rapidez, por una parte, informar de todo y, por un lado, verificar exhaustivamente todo respecto de lo informado, ello no impide que trazos importantes de contenido estén absolutamente conectado con la realidad y la verdad (Soria, 1997: 135-136).

Por otro lado, Maras, en este mismo sentido, convoca a una breve pero intensa discusión conceptual respecto de la objetividad. Nos trae a colación aportes como el de Walter Cronkite, quien -como buen punto de partida- aporta una de las más sucintas definiciones de objetividad, limitándose a señalar que se trata del “reporteo de la realidad, de los hechos que se puede obtener sin la inyección de los prejuicios y la opinión personal” (Maras, 2013: 7). Esta definición, por el hecho de ser extremadamente concisa y ambigua, no es menos útil, pues destaca la inherente contradicción que manifiesta el concepto mismo. Especialmente, si hemos de tener en cuenta la naturaleza intrínseca del quehacer periodístico y las diferencias en la operatoria del concepto de objetividad que de suyo involucra.

En virtud de lo cual, Maras trae a colación el aporte de Everette E. Dennis, quien vincula la objetividad en el periodismo a tres propósitos clave: separar los hechos de la opinión, presentar una visión emocionalmente distante de las noticias y una lucha por la imparcialidad y el equilibrio (Maras, 2013: 8). Una aportación, que además de complementaria, es bastante compartida, por lo que representa –según Maras– las ideas de Michael Schudson (2001: 150), otro de los grandes estudiosos del tema, y que puede

resumirse en que todo periodismo que se aleja de la emocionalidad de los hechos mientras se acerca a la manera impersonal del relato, se alinea con la neutralidad y el equilibrio (Maras, 2013: 8), en definitiva con la objetividad.

Maras, además, plantea que el concepto *objetividad* es multifacético y que a menudo resulta de la articulación de un conjunto de conceptos tales como la imparcialidad, la neutralidad, la exactitud, la honestidad, el compromiso con la verdad, la despersonalización y el equilibrio (Maras, 2013: 8); siendo que algunos autores, como McQuail (1992), ponen de relieve valores como la comunicación de noticias sin prejuicio o sesgo, la precisión y la presentación de los puntos principales en la descripción de la realidad y la imparcialidad (Maras, 2013: 9). Otros irán más allá al vincular la presentación de los hechos con una idea de creación, de reflejo o reflejar la realidad, en virtud de lo cual la “objetividad” puede relacionarse de hecho semánticamente a un campo muy amplio.

En términos de Schiller, dirá Maras, esta apertura, que hace de la objetividad un concepto polisémico y con diferentes evocaciones/acepciones posibles, lo hace al mismo tiempo un concepto difícil de asir: “su universalidad como ideal podría proteger a las disparidades abiertas en su aplicación y interpretación” (Schiller, 1981: 196, citado en Maras 2013: 9). Lo cual –según Maras– viene a explicar, de algún modo, por qué es tan difícil emitir una última palabra respecto de la objetividad. No obstante, cita a Jeremy Iggrs para añadir una idea interesante que señala que la *objetividad* no solo se mueve en el tema de los valores sino que también en función de otros procedimientos y que no todos entran en juego al unísono, por ejemplo, “porque son muchos los que practican la objetividad periodística sin compromisos epistemológicos” (1998: 92, citado en Maras, 2013: 9). O sea, que, siguiendo a este autor, no sería necesario para hacer periodismo objetivamente comprometerse filosóficamente con la objetividad, en cambio sí es necesario para garantizar cuotas de objetividad hacer periodismo que implica proporcionar un contraste, equilibrio o punto de vista alternativo, usando evidencia de apoyo, etc. Procedimientos, todos, fundamentales para el compromiso de la verificación y de la verdad que sustenta métodos objetivos (Maras, 2013: 9).

Por último, en este tema nos interesa destacar un tercer elemento que trae a colación Maras, citando a Rosen (2010), y que se refiere a la objetividad periodística como “*juego de lenguaje*” o un “*lenguaje de juego*”. Son muchos los autores que se han

referido a este juego de lenguaje en diferentes formas, pero todas ellas apuntan a la relación entre la *objetividad* periodística y estrategias específicas de re-presentación de los acontecimientos, hechos y detalles. El carácter de estrategia estaría ligado a una noción de la objetividad que opera en definitiva como una forma de persuasión en donde se intenta hacer creer que se han puesto los “hechos” delante de la “opinión” que se debiera tener respecto de los mismos (Maras, 2013: 9).

En definitiva que se trataría de una estrategia de legitimación. En este sentido cabría señalar que existen estudios clásicos que sugieren que la objetividad periodística es un mero artificio de los periodistas empleado para protegerse contra las acusaciones de difamación y otros riesgos afines (Tuchman, 1972; Tuchman, 1978) o, mediante su uso pragmático, constituye una estrategia retórica de legitimación / validación de ciertos relatos periodísticos y discursos políticos, una práctica que, por lo demás, pone de relieve el hecho de que el periodismo puede ser perfectamente considerado como una ideología (Genro Filho, 2010-1987: 158). Ello, habida consideración de que el periodismo moderno en tanto entidad surgida en la Revolución Industrial fue rápidamente cooptado por la y burguesía para el establecimiento de un nuevo orden social (Hudec, 1980: 12).

A modo de conclusión objetivamente algunos avances científicos nos recuerdan que en gran medida efectivamente somos responsables de la construcción de la realidad que vivimos y que para dicha tarea contamos con menores dificultades y restricciones, por lo que dejamos escapar enormes parcelas de realidad que está allí fuera (Macnick y Martínez-Conde, 2013). Complementariamente, el constructivismo social y estos enfoques teóricos en ciencias sociales señalan que todas nuestras observaciones y teorías están contaminadas de ideologías y doctrinas políticas “de modo que cualquiera que diga que tiene los hechos o que sabe la verdad no hace sino intentar ejercer el poder [y manipular] sobre todos los demás” (Pinker, 2003: 314).

Sin embargo, Pinker cree que nuestras facultades cognitivas y perceptivas están sintonizadas con el mundo real en respuesta a las ilusiones de realidad, por lo que todas las personas de todas las culturas son capaces de distinguir en definitiva entre la *verdad* y la *falsedad* (2003: 319). En periodismo este tema ha quedado eventualmente reducido en la práctica al debate de los *hechos* (verdad) y la *opinión*. A partir de esta distinción, siguiendo el planteamiento de Arendt (1967), resulta recomendable hablar de *hechos* en

vez de *verdad*, que ya no sería la función del periodismo precisamente establecer la verdad (Lippmann, 2003), por lo que resulta más adecuado hablar de *información real y veraz* (Muñoz Torres, 1995: 163).

Por otro lado, siguiendo a Arendt, oponer los *hechos* (la verdad) a la *opinión* antes que al *error* y la *ignorancia* o la *desinformación* y la *subjetividad*, no aparece del todo acertado, ya que precisamente “lo opuesto de un juicio racionalmente verdadero es el error y la ignorancia, como pasa en las ciencias, o la ilusión y la opinión, como ocurre en la filosofía” (Arendt, 1967). Cuestiones que no solo son posibles y realizables en la práctica y el ejercicio profesional de la información y que, por lo demás, están avaladas científicamente a partir de los argumentos de Pinker, cuando habla de las sintonías entre nuestros sentidos e intelectos y el mundo real y las cosas que nos permiten distinguir en definitiva entre mentira y verdad (2003: 319), tampoco impiden que trazos importantes del contenido noticioso estén absolutamente conectados con la realidad y la verdad (Soria, 1997: 135-136). Al margen de los grandes consensos informativos de que habla Lippmann (2003).

Llegados a este punto del trayecto nos parece fundamental recurrir a algunas definiciones conceptuales sobre la mentira, que hemos seleccionado aleatoriamente a partir de las fuentes que hemos dispuesto, pero que cobran especial relevancia y utilidad de cara a los propósitos fundamentales de nuestro trabajo.

2.3.9. BREVE DISCUSIÓN CONCEPTUAL Y ALGUNAS (ÚTILES) DEFINICIONES DE MENTIRA

La mentira, la mentira perfecta, sobre las personas que conocemos, las relaciones que hemos tenido con ellas, nuestro móvil en una determinada acción formulado por nosotros de manera muy diferente; la mentira sobre lo que somos, sobre lo que amamos, sobre lo que sentimos respecto a la persona que nos ama y que cree habernos formado semejantes a ella porque nos besa todo el día; esa mentira es una de las pocas cosas del mundo que pueden abrirnos perspectivas a algo nuevo, a algo desconocido, que pueden despertar en nosotros sentidos dormidos para la contemplación de un universo que jamás hubiéramos conocido.

(Proust, 1946: 231)

En 1958 escribí lo siguiente: No hay grandes diferencias entre realidad y ficción, ni entre lo verdadero y lo falso. Una cosa no es necesariamente verdadera o falsa; puede ser al mismo tiempo verdadera y falsa. Creo que estas afirmaciones aún tienen sentido, y aún se aplican a la exploración de la realidad a través del arte. Así que, como escritor las mantengo, pero como ciudadano no puedo; como ciudadano he de preguntar: ¿Qué es verdad? ¿Qué es mentira?

(Pinter, 2005)

Nos parece útil traer a colación, a modo de punto de partida, la definición que formula el DRAE al respecto, el que en su primera acepción señala que **mentira** (de mentir) corresponde a la: “1. f. Expresión o manifestación contraria a lo que se sabe, se cree o se piensa”. O sea, en términos generales corresponde a contar o decir a los otros algo diferente a lo que la imagen mental conserva sobre el particular. Nuestro citado Pérez Cortés entrega su aporte más o menos en la misma dirección, pero de manera un tanto más amplia, señalando que “la mentira es una oposición entre lo que se sabe (o se cree saber) y lo que se enuncia, entre lo que se dice, entre el espíritu y la palabra” (1998: 187). Igualmente, este autor nos aporta la definición propuesta por San Agustín en uno de sus grandes tratados de la mentira, *De mendacio* o *Contra mendacium*, elaborado en su episcopado de Hipona en el año 397 con motivo de la herejía de los priscilianos, quien señala que “la mentira es la expresión que tiene un significado falso pronunciada con la intención de engañar” (Agustín, 397).

En este tratado San Agustín, al incluir la distinción entre creencia y la opinión, exime de ser mentiroso a aquel que “enuncie un hecho que le parezca digno de ser creído o que en su opinión sea verdadero”. Tal y como lo establece San Agustín, lo que aquí cuenta,

en primero y en último lugar, es la *intencionalidad*. San Agustín destacaba también que no hay mentira, por más que se enuncie, sin, además de la referida intención, el deseo o la voluntad explícita de engañar (*fallendi cupiditas, voluntas fallendi*), la intención deliberada de que habla Derrida (1995).

Porque la mentira radica en el acto de habla, pues está inscrita en un determinado lenguaje del tipo declarativo y constataivo del tipo “digo lo que es y lo que no es” (Derrida, 1999). Es decir, está centrada en acto de decir y no en el contenido de lo dicho, para lo cual Derrida cita a San Agustín, señalando que “no se miente al enunciar una aserción falsa que uno cree verdadera y (...) se miente, antes bien, enunciando una aserción verdadera que uno cree falsa. Pues es por la intención (*ex animi sui*) que hay que juzgar la moralidad de los actos” (Derrida, 1995).

Siguiendo con el filósofo francés, en referencia a San Agustín destaca en este sentido que “en principio y en su determinación clásica, la mentira no es el error. Se puede estar en el error, engañarse sin tratar de engañar, y por consiguiente, sin mentir. Es verdad que mentir, engañar y engañarse se inscriben en la categoría de lo pseudológico. *Pseudos*, en griego, puede significar la mentira tanto como la falsedad, la astucia o el error, el engaño, el fraude, tanto como la invención poética” (Derrida, 1995); por lo que, necesariamente, “mentir es querer engañar al otro, y a veces aún diciendo la verdad”. Se puede decir lo falso sin mentir, pero también se puede decir la verdad con la intención de engañar, es decir mintiendo. Pero no se miente si se cree en lo que se dice, aún cuando sea falso”. Al respecto, citando uno de los cuentos favoritos de Lacan, nos cuenta el siguiente chiste de Freud:

Freud, en el chiste, cuenta la siguiente historia judía que Lacan cita con frecuencia. Uno le dice al otro: “Me voy a Cracovia”, y es verdad, dice la verdad; pero el otro, que sospecha que está mintiendo, le dice: “Pero ¿por qué me dices que te vas a Cracovia si te vas a Cracovia?, ¿es para que crea que te vas a Varsovia?” (Derrida, 1999).

Y, “si según parece, la mentira supone la invención deliberada de una ficción, no por eso toda ficción o toda fábula viene a ser una mentira; y tampoco la literatura” (Derrida, 1995). Algo a lo que Rousseau se refiere al introducir en *Las Confesiones* “el perjuicio” (al otro) como efecto *sine qua non* de toda mendacidad que se precie de tal, y que viene a sumarse al requisito de la intencionalidad (deliberada) propia de la concepción clásica de la mentira. Por lo que concluye con una hipótesis: “Por razones estructurales,

siempre será imposible probar, en sentido estricto, que alguien ha mentido, aún cuando se pueda probar que no ha dicho la verdad” (Derrida, 1995). Pues supone tener que probar, *stricto sensu*, la intencionalidad y el error de un acto, algo que aloja en el fuero interno de las personas (Derrida, 1999).

Para Derrida, entonces, “la mentira no es un hecho o un estado: es un acto intencional, un mentir. No hay mentiras, hay ese decir o ese querer decir al que se llama mentir: mentir será dirigir a otro (pues sólo se miente al otro, uno no se puede mentir a sí mismo, salvo un sí mismo como otro) un enunciado o más de un enunciado, una serie de enunciados (constatativos o realizativos), que el mentiroso sabe, en conciencia, en conciencia explícita, temática, actual, que constituyen aserciones total o parcialmente falsas” (Derrida, 1995). Luego, mejor dirá matizando un poco lo anterior, en *Sobre la mentira en política* (Derrida, 1999) que mentir corresponde a que “alguien dice deliberadamente algo distinto de lo que sabe con la intención de confundir [o engañar] al que está escuchando”. Nosotros añadiríamos, siguiendo el propio razonamiento del autor, siempre y cuando ese conocimiento o creencia no represente un error, pues en caso contrario no estamos en presencia de una mentira o más bien en presencia de un pseudoengaño.

En otra oportunidad, agregando más contenidos al tema, este autor dirá en una entrevista con el diario *El País* que “lo relevante en la mentira no es nunca su contenido, sino la intencionalidad del que miente. La mentira no es algo que se oponga a la verdad, sino que se sitúa en su finalidad: en el vector que separa lo que alguien dice de lo que piensa en su acción discursiva referida a los otros. Lo decisivo es, por tanto, el perjuicio que ocasiona en el otro, sin el cual no existe la mentira” (Puente, 1997). La importancia de los sucesivos análisis que hace Derrida al tema, junto con soslayar o relegar a un segundo plano el contenido de la mentira (lo dicho), que siempre puede remitir al error, pone el énfasis en la actitud del engañador o en la deliberada *intencionalidad* expresada en el acto de habla de engañar o confundir al otro mediante el acto de habla. Con ello se inscribe de paso en la tradición canónica del tema que pone de relieve la finalidad y los efectos del acto de mentir, el propósito de engañar y producir daño, por sobre el contenido-objeto de la mentira.

Por su parte, para el filósofo Immanuel Kant, como nos lo recuerda Derrida (1995), la *mentira* es un acto imperdonable *per se* y amenaza, mediante la defraudación de la

confianza, las bases mismas de nuestras convivencia, por lo que se manifiesta a favor de decir siempre, a todo evento, la verdad (Derrida, 1999). De tal modo que la mentira simplemente sería la “declaración intencionalmente falsa dirigida a otro hombre” (Kant, 1986: 83). Con lo cual pone el énfasis igualmente en el carácter deliberado y consciente del acto de mentira.

En similar dirección tenemos que para Teun van Dijk la *mentira* es “un acto verbal que implica la manipulación ilegítima del conocimiento en interacción comunicativa (...) [y que] debiera definirse como una violación de las condiciones pragmáticas específicas de la afirmación apropiada y, al mismo tiempo, más generalmente, como una violación de las normas éticas de sinceridad que constituyen la base de la interacción humana” (2009: 394). Esta definición que formula este autor, junto con inscribirse en el debate sostenido entre Kant y B. Constant y destacar la actitud del mentiroso como anti ética y carente de sinceridad, a diferencia de Derrida, le da valor al contenido de la acción de mentir, cuya manipulación juzga, además, como ilegítima (social y política).

No olvidemos que la vigilancia cognitiva y el acto de la comunicación humana están fundados en la confianza y en el acto de fe puestos por parte del interlocutor, así como el vínculo social, con lo cual en la estructura básica misma del vínculo relacional con el otro. Por lo que generalmente, salvo excepciones que son de otro tinte como la mentira piadosa, la mentira social o las mentirillas, etc., claro está, la mentira será siempre un acto ilegítimo si daña los intereses del otro, tratando por lo general de la legitimación del dominio (del mentiroso) mediante el expediente del abuso de poder; “por ejemplo a través del control de los medios de comunicación y el discurso público, y de aquí sobre el acceso público al conocimiento” (Van Dijk, 2009: 394; Bernes, 1994; Lewis & Saarni, 1993; Lewis, Wortham & Locher, 1999).

Por último, van Dijk sitúa a la *mentira* en tanto fenómeno complejo, a diferencia de Derrida, como parte de un grupo mayor de actos comunicativos “que violan las condiciones del conocimiento previo, tales como el engaño, el autoengaño, la indicación errónea, los errores, las equivocaciones, la confabulación, la ficción, etc.” (Van Dijk, 2009: 395). A los que pudiéramos agregar, apelando a la distinción que establece José María Martínez Selva en *La gran mentira* (2009), la *mentirilla* o la *mentira* cotidiana o

social (la “mentira piadosa”) para distinguirlas de lo que este mismo autor señala como la *gran mentira*.

En efecto, para él ésta se expresa cuando impacta a un número mayor de personas durante un periodo prolongado de tiempo y que afecta a temas especialmente sensibles para la opinión pública o que generan un gran impacto mediático. El *test* que habría que aplicar a la mentira para hacer tal distinción consiste, según Martínez, en interrogar al fenómeno respecto de si el tema es **importante** o no, de las **consecuencias** que acarrea, si específicamente **provoca un daño** a alguien y cuando **se reitera y prolonga** en el tiempo (Martínez Selva, 2009: 13-14).

Por su parte, para Ignacio Mendiola “la mentira sería un hecho execrable pero, a fin de cuentas, comportaría algo banal, algo que ya sabemos qué es y que, por ello, no merece recabar atención: se miente como estrategia de ocultación o tergiversación que busca la obtención de un beneficio propio” (Mendiola, 2010). Lo interesante de este planteamiento es el hecho de que incorpora, como parte de los efectos de la acción de mentir, el beneficio. Con lo cual se inscribe de hecho en el planteamiento de S. Levitt y S. Dubner (2005), que apunta al hecho de que siempre que hay beneficio habrá mentira.

Umberto Eco, por su parte, también hace su aporte en este sentido y señala que mentir es humano, profundamente arraigado en el espíritu humano —nuestros gatos no mienten, señala— y que en algo está relacionado con la estupidez; un rasgo que, paradójicamente, encuentra fascinante e incluso más interesante que la inteligencia misma: “La inteligencia es banal, la estupidez es fascinante” (El Clarín, 2011).

En efecto, para Birgitt Weidt “una buena mentira precisa de fantasía, pensamiento analítico, capacidad combinatoria, planificación estratégica y una buena memoria” (Weidt, 2001) o sea todo un *pool* de habilidades y virtudes. Asimismo, resulta interesante el aporte proporcionado por M. H. Krout, quien desde la perspectiva cognitivista ve a la mentira como una “re-definición de la realidad desde la definición socialmente aceptada hasta una definición más personal” (*The Psychology of children’s lies*, 1931), que involucra, de algún modo, un sesgo de creatividad. Otro tanto hace con Wittgenstein, quien en sus *Investigaciones filosóficas* plantea que básicamente “mentir es un juego de lenguaje que necesita ser aprendido como cualquier otro” (1988: 249) y que con ello no estaríamos en presencia de un abuso del lenguaje, pues debemos aceptar

el juego del lenguaje cotidiano y sus falsas representaciones. Una cuestión que no es abusiva *per se* pero de la cual sí que se puede abusar.

En tal sentido, el uso de la mentira para realizar buenas acciones resultaría moralmente aceptado y, bajo determinadas circunstancias, inclusive hasta obligatorio; el hecho de que se pueda abusar de esa facultad no da motivo para predicar su abolición: “La posibilidad de la mentira viene dada con la conciencia misma (...). Y como la libertad no es libre sino en la medida en que puede elegir entre el bien y el mal, así la dialéctica de la mentira se ocupa toda ella de calibrar el abuso de un poder que es propio de las conciencias adultas” (Jankélévitch, 1998: 213).

Por su parte, Keferstein en su *Ensayo sobre la mentira* (2008) señala que “la fantasía y la mentira –esto es, la fantasía que se arroga conscientemente sin derecho y estratégicamente una ilegítima pretensión de validez– son resultado de la capacidad del hombre de construir un mundo que entiende como inexistente, de imaginarse lo que no sensibiliza, lo que no concibe como posible, trastocando los ‘cómos’ al interior de lo que juzga”.

Y, finalmente, tenemos que para Hannah Arendt “la deliberada negación de la verdad fáctica –la capacidad de mentir– y la capacidad de cambiar los hechos –la capacidad de actuar– se hallan interconectadas. Deben su existencia a la misma fuente: la imaginación” (1998: 13). Por último otro grande de las letras universales, Oscar Wilde, señala que “la mentira y la poesía son artes, que como observó Platón, no dejan de relacionarse mutuamente, y que requieren el más atento estudio, el fervor más desinteresado. Poseen, en efecto, su técnica, como las artes más materiales de la pintura y de la escritura tienen sus secretos sutiles de forma y de colorido, sus manipulaciones, sus métodos estudiados.

Así como se conoce al poeta por su bella música, también se reconoce al mentiroso en sus articulaciones rítmicas, y en ningún caso la inspiración fortuita del momento podría bastar. En esto, como en todo, la práctica debe preceder a la perfección. Actualmente, cuando la moda de escribir versos se ha hecho demasiado corriente y debiera, en lo posible, ser refrenada, la moda de mentir ha caído en descrédito. Más de un muchacho debuta en la vida con un don espontáneo de imaginación, que alentado por un ambiente favorable y de igual índole, podría llegar a ser algo en verdad genial y

maravilloso. Pero por regla general, ese muchacho no llega a nada o acaba adquiriendo costumbres insolentes de exactitud..." (Wilde, 2014: 5).

Tabla 3. Tabulación conceptual y definición operacional de mentira

RAE	"1. f. Expresión o manifestación contraria a lo que se sabe, se cree o se piensa."
PÉREZ CORTÉS .1996	"La mentira es una oposición entre lo que se sabe (o se cree saber) y lo que se enuncia, entre lo que se dice, entre el espíritu y la palabra"
SAN AGUSTÍN, 397	"La mentira es la expresión que tiene un significado falso pronunciada con la intención de engañar"
KANT,1986	"Declaración intencionalmente falsa dirigida a otro hombre"
DERRIDA,1995	La mentira no es el error, es querer engañar a otro. Por lo que lo decisivo es, por tanto, el daño o perjuicio que ocasiona en el otro (alguien dice deliberadamente algo distinto de lo que sabe con la intención de confundir al que está escuchando).
MARTÍNEZ, 2009	Es importante o no, en función de las consecuencias que acarrea, si específicamente provoca un daño a alguien y cuando se reitera y prolonga en el tiempo
MENDIOLA, 2010	Hecho execrable pero, a fin de cuentas, comportaría algo banal, algo que ya sabemos qué es y que, por ello, no merece recabar atención: se miente como estrategia de ocultación o tergiversación que busca la obtención de un beneficio propio
VAN DIJK, 2009	La <i>mentira</i> es "un acto verbal que implica la manipulación ilegítima del conocimiento en interacción comunicativa (...) debiera definirse como una violación de las condiciones pragmáticas específicas de la afirmación apropiada y, al mismo tiempo, más generalmente, como una violación de las normas éticas de sinceridad que constituyen la base de la interacción humana". "que violan las condiciones del conocimiento previo, tales como el engaño, el autoengaño, la indicación errónea, los errores, las equivocaciones, la confabulación, la ficción, etc."
ECO,2011	Mentir es humano y algo tiene que ver con la estupidez y la estupidez, es fascinante"; "la mentira es algo arraigado en el espíritu humano. Nuestros gatos no mienten. A veces, esto está en relación con la estupidez, otro rasgo típicamente humano"; "La inteligencia es banal, la estupidez es fascinante".
BIRGITT WEIDT, 2001	"Una buena mentira precisa de fantasía, pensamiento analítico, capacidad combinatoria, planificación estratégica y una buena memoria

M. H. KROUT, 1931	(perspectiva cognitivista) La mentira como una “re-definición de la realidad desde la definición socialmente aceptada hasta una definición más personal”
WITTGENSTEIN, 1998	“Mentir es un juego de lenguaje que necesita ser aprendido como cualquier otro”.
JANKELEVITCH, 1998	“La posibilidad de la mentira viene dada con la conciencia misma [...]. Y como la libertad no es libre sino en la medida en que puede elegir entre el bien y el mal, así la dialéctica de la mentira se ocupa toda ella de calibrar el abuso de un poder que es propio de las conciencias adultas”.
KEFERSTEIN, 2008	La fantasía y la mentira —esto es la fantasía que se arroga conscientemente sin derecho y estratégicamente una ilegítima pretensión de validez— son resultado de la capacidad del hombre de construir un mundo que entiende como inexistente, de imaginarse lo que no sensibiliza, lo que no concibe como posible, trastocando los ‘cómos’ al interior de lo que juzga”.
HANNAH ARENDT, 1967	“La deliberada negación de la verdad fáctica —la capacidad de mentir— y la capacidad de cambiar los hechos —la capacidad de actuar— se hallan interconectadas. Deben su existencia a la misma fuente: la imaginación”

Fuente: Elaboración propia.

Operacionalmente, para efectos de nuestros propósitos la mentira sería entonces:

Un acto ilegítimo, un fenómeno profundamente complejo y arraigado en la especie humana (aunque no exclusivamente humano pues lo compartimos con los primates superiores), que intenta ocultar intencional o deliberadamente a alguien la verdad con fines mezquinos y con el propósito de engañarlo; por lo que se trata de la manipulación (ilegítima) del conocimiento al alterar las condiciones pragmáticas específicas de la afirmación al mismo tiempo que daña (perjuicio) la base del entendimiento humano basado esencialmente en la confianza y en la ética de sinceridad (defraudación). Con lo cual al garantizar el daño, puede ser reiterativa, prolongada en el tiempo e implicar a un número importante de personas.

Resumen: Acto ilegítimo mediante el cual intencional y deliberadamente alguien oculta y manipula la verdad con el fin de engañar y dañando al otro en beneficio propio y del poder (social, político y/o económico).

2.3.10. A MODO DE COROLARIO

Cabría destacar que –en nuestro nivel de lectura– la **propaganda** fundamentalmente se refiere a un tipo de discurso (retórico) de carácter ideológico emitido a través de diferentes soportes y dispositivos comunicacionales con la expresa intencionalidad de (*persuadir* y) *manipular* a los “otros” por parte de quienes detentan el poder o aspiran a detentarlo. Lo cual resulta “imposible de ser llevado a cabo en sentido estricto sin que exista alguna forma de censura” (Lippmann, 2003: 52). O sea, sin que exista a lo menos algún control de los flujos informativos, principalmente en el sentido del ocultamiento o silenciamiento interesado/intencionado (e incluso tendencioso) de ciertos acontecimientos o contenidos como de ciertas parcelas de realidad/verdad. Cabe destacar que el ocultamiento o silenciamiento de ciertos acontecimientos o contenidos, como de ciertas parcelas de realidad/verdad, constituye una de las articulaciones principales de la práctica (discursiva) **desinformativa**, la cual, junto a la dimensión desinformativa relativa a la distorsión/falsificación de la realidad/verdad, nos remite a “medias verdades” o “verdades a medias”, que en cualquier caso representan una forma común que adquiere la **mentira** (Martínez Selva, 2009).

Por último, lo que nos interesa relevar en definitiva es que cuando hablamos de **propaganda**, de **desinformación** y de **mentira**, indistintamente estamos hablando de un mismo fenómeno (social); de una práctica retórico-discursiva intencionalmente ilegítima y anómala, en tanto que “abusiva”, pues constituyen formas de control social basadas en estrategias de dominación que eluden flagrantemente la obligación fundamental de cumplir el propósito social de informar y educar verazmente a los ciudadanos (Van Dijk, 2009: 41). Un control discursivo que es gestionado por quienes tienen acceso natural a ciertas “élites simbólicas” (la política, medios de comunicación, ciencia, intelectualidad y burocracias) que detentan poder con afanes de dominación a través de la persuasión, la manipulación y el engaño (Van Dijk, 2009).

Una de las fórmulas, precisamente, mediante las cuales “construyen, perpetúan y legitiman muchas formas de desigualdad social, tales como las basadas en el género, la clase y la raza” (Van Dijk, 2009: 11). Estas “formas anómalas” de comunicación relativas a “la manipulación discursiva, la información distorsionada, las mentiras, la difamación, la propaganda y otras formas de discurso encaminadas a manejar ilegítimamente la opinión y controlar las acciones de la gente”, que están en definitiva –

aunque no exclusivamente– en función de la sustentación y la reproducción del poder (Van Dijk, 2009: 29); y en donde la regla empírica general la constituye el uso ilegítimo del poder discursivo, es decir, con afanes de (persuasivos) dominación, “o sus posibles consecuencias violan sistemáticamente los derechos humanos o civiles de las personas” (Van Dijk, 2009: 46).

Figura 10. Diagrama Propaganda, desinformación y mentira



Fuente: Elaboración propia.

III. CONTEXTO HISTÓRICO, POLÍTICO, SOCIAL Y COMUNICACIONAL

Creo que estamos en lo cierto en nuestra evaluación de los peligros para nuestros intereses y para el hemisferio occidental representados por la asunción de Allende a la presidencia. La solución que buscábamos era promover una bien definida elección popular entre las fuerzas democráticas y las totalitarias. Ayudar a tales fines me parecía bien entonces y me parece bien ahora. No puedo aceptar la proposición de que los Estados Unidos estén excluidos de actuar en esa área gis entre la diplomacia y la intervención militar.

(Kissinger, 1980: 470).

Nosotros estamos preparados para tener buenas relaciones con el gobierno chileno, que él se prepare para tenerlas con nosotros.

Richard Nixon (discurso de Estado de 1971, publicado el 25 de febrero de 1971) (Nixon, 1971)

No se puede impunemente en un país sembrar odios, desatar la calumnia y la mentira de manera sistemática, destruyendo la honra de las personas y envenenando la vida nacional.

Eduardo Frei Montalvo (Revista YA, Madrid, junio de 1971: 7)

Como anteriormente hemos señalado, por más de una década se llevó a cabo en Chile un amplio programa de intervención y desestabilización de su sistema social y democrático. Un programa que fue diseñado al más alto nivel del gobierno estadounidense e implementado por la Central Intelligence Agency (CIA) (Farnsworth, 1974), quien, como parte central de este programa y en lo que respecta a la administración del Presidente Allende, desarrolló un amplio y masivo plan propagandístico (*mentiras y desinformación*) (Kornbluh, 2003); para lo cual, como se ha podido acreditar, la CIA contó, entre sus aliados estratégicos, con la participación del diario *El Mercurio*, quien terminó desempeñando un rol neurálgico en todo este proceso (Informe Church, 1975).

Ahora bien, atendiendo al propósito fundamental de nuestra investigación que dice relación con establecer los componentes y demás articulaciones del mencionado programa desinformativo, iremos al mismo tiempo estableciendo las principales claves del contexto histórico y, más adelante, comunicacional del periodo que nos ocupa. Para ello, dado lo controversial del discurso historiográfico (dominante) referido al “Caso de

Chile”, y atendiendo a que nuestras bases teóricas en este tema se adscriben a los conceptos de la “Historia Social” (Salazar, 2010: 551), y a las ideas foucaultinas del trabajo con la Historia (Deleuze, 2005: 223), dentro de un conjunto considerable de material desclasificado¹⁰⁷ nos remitiremos, casi exclusivamente al Informe Church (1975), principalmente, y en menor medida al Informe Hinchey (2000). Pues se trata de uno de los documentos más autorizados y una fuente obligada e imprescindible, una verdadera Piedra Rosetta para conocer y entender el “Caso de Chile”. Una muestra de ello es que el propio William Colby, director de la CIA por entonces, señaló a Oriana Fallaci en *Entrevista con la Historia*: “El Informe Church, es decir, el que se refiere a Chile y a los asesinatos, es bastante justo” (Fallaci, 1978: 435). En este mismo sentido, para uno de los más cercanos –si no el más cercano– de los asesores directos del Presidente Allende, el jurista y catedrático Joan Enric Garcés (UAH, 2013) este informe constituye el primer reconocimiento explícito por parte de los EEUU en esta clase de hechos; a la par que resulta imprescindible a la hora de desvelar las claves intrínsecas del programa de intervención masivo que los Estados Unidos llevó a cabo a través de sus servicios secretos y entender lo que realmente ocurrió en Chile por aquellos años (Marín, 1976).

¿Qué hubiera pensado Allende si hubiera conocido este Informe antes de morir? Él murió en 1973, el Informe es de 1975... ¿Hubría cambiado su actitud pesimista de morir en La Moneda? ¿Hubría montado en cólera y ordenado toda una razzia social, política y policial contra todos los *vendepatrias* que se sumaron a esa guerra sucia? ¿Fueron diez años de intervención ininterrumpida de la CIA en Chile, siempre contra la izquierda y contra Salvador! ¿Diez años derramando dólares en bolsillos muy específicos, no en los de la nación! (Carlos Altamirano, citado en Salazar, 2010: 313).

La comisión senatorial que elaboró el informe contó con la participación de 19 senadores –de los dos partidos políticos existentes–, entre los que cabe citar, entre otros, a Walter Mondale, Barry Goldwater, Gary Hart y el fallecido Frank Church, que ofició como presidente de la misma. Y que, a partir de la vista celebrada el 4 de diciembre de 1975, “recibió en el curso de la investigación, información adicional complementaria a los apartados del Informe relativo a la Acción Encubierta en Chile: Sección III.A.4, el Papel de las Corporaciones Multinacionales; Sección IV.B.1.e, Estimaciones de

¹⁰⁷A la fecha, según cifras oficiales en la web oficial del Departamento de Estado y ampliamente publicitadas en los medios de comunicación, ascienden a más de 24.000 los documentos, sin contar la más reciente desclasificación, que corresponden a los más de 16.000 archivos desclasificados del periodo 1968-1991, y 5.800 que remiten al periodo 1973-1978, realizada por administración Clinton y conocida como Chile Declassification Project (1999-2000) (U.S. Department of State, 2013).

Inteligencia y Acción Encubierta; y Sección IV.C, Supervisión del Congreso” (Informe Church, 1975). Dicha información, que forma parte del Informe final elaborado por la Comisión Electa, y que finalmente fue entregado al Senado de los EEUU, en su parte introductoria señala que

Está basado en una extensa revisión de documentos de la Agencia Central de Inteligencia, El Departamento de Estado y Defensa, y el Consejo de Seguridad Nacional; y bajo testimonio de oficiales y antiguos oficiales. Y que en algunos casos algunos nombres de personas como de instituciones chilenas han sido omitidos con el fin de evitar develar fuentes y métodos de inteligencia, y evitar eventuales daños a personas que colaboraron con la Agencia Central de Inteligencia. Sin embargo, el informe procura ofrecer una imagen exacta del alcance, los fines y la magnitud de la acción encubierta de los Estados Unidos en Chile (Informe Church, 1975).

Fundamentalmente, a partir de tales conclusiones, como hemos señalado, pretendemos, mediante las inferencias de rigor, reconstruir el Plan de intervención/desestabilización puesto en marcha por los Estados Unidos, en su totalidad, con un especial énfasis en lo que respecta a una de sus principales articulaciones: la pauta des-informativa. Por último, en lo que respecta a este informe y su extraordinario valor, y pese a que ha sido traducido y difundido ampliamente –en Internet–, existe la impresión de que aún se trata de un documento insuficientemente conocido. Prueba de ello es que recién aparece por primera vez en el año 2010 citado in extenso, en el libro del destacado historiador chileno y Premio Nacional de Historia (2006) de este país, Gabriel Salazar, *Conversaciones con Carlos Altamirano. Memorias críticas* (2010). Altamirano fue uno de los más altos dirigentes del gobierno del Presidente Allende y la Unidad Popular (UP) y por entonces secretario general del Partido Socialista de Chile (PSCH), el principal partido de gobierno y del Presidente de República. Creemos que en las palabras de este exalto dirigente político están algunas de las claves de la virtual invisibilización que ha sufrido este documento, cuando señala que

Aquí van a aparecer datos que sitúan a la Democracia Cristiana de ese tiempo en una posición incómoda. Si comentamos los datos que hay acerca de ella equivale a disparar mucha mierda contra la Democracia Cristiana de hoy. Incluso si transcribiéramos los textos entre comillas, va mierda... Porque ese partido no aparece una sola vez y al pasar, sino con mucha frecuencia, ocupando un rol estratégico en la intervención estadounidense. A mí se me hace políticamente difícil denunciar a la Democracia Cristiana de entonces, si está asociada hoy al Partido Socialista (Salazar, 2010: 300).

3.1. EL CASO DE CHILE

Vengo de Chile, un país pequeño, pero donde hoy cualquier ciudadano es libre de expresarse como mejor prefiera, de irrestricta tolerancia cultural, religiosa e ideológica, donde la discriminación racial no tiene cabida. Un país con una clase obrera unida en una sola organización sindical, donde el sufragio universal y secreto es el vehículo de definición de un régimen multipartidista, con un Parlamento de actividad ininterrumpida desde su creación hace 160 años, donde los tribunales de justicia son independientes del Ejecutivo, en que desde 1833 sólo una vez se ha cambiado la carta constitucional, sin que ésta prácticamente jamás haya dejado de ser aplicada. Un país donde la vida pública está organizada en instituciones civiles, que cuenta con Fuerzas Armadas de probada formación profesional y de hondo espíritu democrático. Un país de cerca de diez millones de habitantes que en una generación ha dado dos premios Nobel de Literatura, Gabriela Mistral y Pablo Neruda, ambos hijos de modestos trabajadores. En mi patria, historia, tierra y hombre se funden en un gran sentimiento nacional...

Salvador Allende ante la Asamblea General de la ONU, 4 de diciembre de 1972
(Allende, 2006: 247)

Para efectos prácticos e instrumentales por el “Caso de Chile” entendemos el:

amplio/masivo programa dual (con un lado luminoso y otro completamente oscuro) de intervención/desestabilización de la democracia y el sistema social chileno, desarrollado a gran escala con un coste de “más de mil millones, el mayor programa per cápita hasta entonces en América Latina” (Kissinger, 1975: 460), el plan más amplio de desestabilización contra gobiernos izquierdistas practicado en todo el mundo (Colby, 1978), **en el marco de la política exterior de los Estados Unidos (pues intervienen directamente su Presidente, la Comisión 40 (el cúmulo más selecto de asesores presidenciales), la CIA, los Embajadores y el Congreso) como parte de su política exterior en el contexto de la Guerra Fría** (Fermendois, 1998), **destinado a influir en el curso normal de los acontecimientos políticos con el propósito fundamental, en primer término, de evitar que Salvador Allende accediera a la primera magistratura de la nación y más tarde de propiciar su derrocamiento** (Informe Church, 1975; Petras & Morley, 1975).

Se trató, en efecto, de un gigantesco despliegue (Sigmund, 1974) que desembocó, finalmente, en el golpe de estado del 11 de septiembre de 1973, y en una de las más execrables dictaduras militares del referido periodo. Pues, en efecto “Chile fue la génesis de la contrarrevolución (capitalista), una génesis de terror” (Klein, 2007: 112),

principalmente, por el gran costo en vidas humanas en breve tiempo, vulneración de derechos y conquistas sociales que implicó de suyo; junto al consecuente derrumbe de una de las democracias más antiguas y estables del mundo (Debray, 1971). En donde, tal y como señaló el asesinado excanciller de Allende, Orlando Letelier, había un solo proyecto: la transformación hacia el libre mercado, y su herramienta fundamental fue el empleo del terror (Klein, 2007: 138; Dinges y Landau, 1990; Propper y Branch, 1984).

El caso chileno plantea la mayoría de las consecuencias vinculadas con la acción encubierta como un instrumento de la política exterior Americana. Esta consistió en prolongadas, frecuentes y duras intervenciones en la política chilena: esta incluyó una variedad de métodos de acción encubierta, salvo las operaciones militares encubiertas; ello revela una variedad de diferentes procedimientos y de autorizaciones, con diferentes implicaciones para supervisión y control (Informe Church, 1975).

No obstante, el componente central de este gigantesco mega-plan dual de intervención y desestabilización fue, precisamente, la comunicación, en torno a la cual la CIA orquestó un vasto programa de propaganda, desinformación y mentiras, pues en lo que respecta a una de sus principales articulaciones de este plan (Covert Action) se destinó al financiamiento de ese vasto programa propagandístico y de medios de comunicación afines a las ideas promovidas por los Estados Unidos, al margen de otras dos líneas de acción de este programa relativas al financiamiento de los partidos políticos (y organizaciones sociales), también afines, y a más de una intentona golpista. Es por ello, tal vez, que el entonces alto dirigente socialista Carlos Altamirano señaló que a la postre “el golpe fue una derrota política, comunicacional y operacional” (Salazar, 2010: 289) de la UP.

Quienes lo diseñaron lo llamaron desestabilización de la democracia y del sistema social chileno. La desestabilización tenía componentes económicos, financieros y de comercio exterior, pero también un componente político, que se traducía en el soborno de representantes políticos, en corrupción y sobornos de militares, así como un componente terrorista a través de atentados que debían favorecer la insurrección contra las instituciones republicanas. Ese programa lo reconoció el entonces director de la CIA, William Colby, que en su obra *Honorable Men: my life in the CIA*, explica que el plan de desestabilización en Chile fue el más vasto que EEUU llevó a la práctica en todo el mundo (Deiros, 2013)

Es precisamente para la implementación del componente central de la comunicación –y de modo muy especial en lo que respecta al gobierno del presidente Allende– que la CIA contó entre sus aliados locales de modo prioritario con la colaboración del diario *El Mercurio*.

Desde 1953 hasta 1970 la Central en Chile subvencionó empresas de radio, revistas escritas por círculos intelectuales, y un periódico derechista semanal. De acuerdo al testimonio de antiguos oficiales, el apoyo a los periódicos se terminó porque se volvieron tan inflexiblemente derechistas como para enemistarse con los conservadores moderados. Con mucho, el mayor –y probablemente el más significativo– caso de apoyo a organizaciones de comunicación fue el dinero suministrado a *El Mercurio*, el principal diario de Santiago, bajo presión durante el régimen de Allende (Informe Church, 1975).

El caso de Chile, tal y como lo hemos intentado definir instrumentalmente, ha sido suficientemente abordado por diversos estudiosos del tema, no obstante creemos que para remitirnos a este periodo lo ideal es recurrir sin ningún tipo de ambages a fuentes primarias, como es el caso de los referidos informes, especialmente a la parte que hemos identificado del referido Informe Church (1975). Informe que, por lo demás, contiene información dura y datos concretos, más allá de la interpretación historiográfica respecto de este tema. Lo cual es una gran cosa, toda vez que la recuperación de ese periodo de la historia reciente ha estado teñida de notables sesgos y no menos inexactitudes, cuando no, derechamente, de desinformación (invisibilización y distorsión pura y dura), especialmente aquellas versiones procedentes del relato (historia o memoria oficial) de los “vencedores” que, parafraseando a dos tan disímiles personalidades como George Orwell (2009) y Adolf Hitler (2003) que apuntan en esta dirección, aunque suene a tópico decirlo, “la historia la escriben los vencedores”. Un relato significativo respecto de un incognoscible pasado nuestro al cual podemos aproximarnos, precisamente, a partir de una existencia documental como esta y con ello develar quién hizo qué, cómo y por qué, al margen de la distorsión y la impostura, pues la historia en definitiva puede resumirse a una cuestión de justificación de la dominación y del poder. Y ello no deja de ser crucial toda vez que estamos hablando del mito fundacional de Chile, un acontecimiento central del siglo XX de este país en donde prácticamente es imposible entender nada sin él.

3.1.1. EL MEGA-PLAN DUAL DE INTERVENCIÓN / DESESTABILIZACIÓN

Cuando la izquierda comenzó por esas fechas a denunciar que estaba siendo objeto de una “campaña del terror” en su contra, muchos dijeron que eso era una invención de la izquierda. La misma frase nuestra de “campaña del terror” sonaba a veces, entre nosotros mismos, a fanatismo paranoico. Nunca imaginé que la CIA la bautizó exactamente del mismo modo... A veces uno no se atreve a creer por completo lo que denunciábamos... Leer ahora, en este documento, que esas dudas respondían a una realidad brutal, a una verdad grosera, es desconcertante.

Carlos Altamirano (citado en Salazar, 2010: 304).

En efecto, según las referidas fuentes el triunfo de la Revolución Cubana (1959) significó para los Estados Unidos la relocalización del conflicto de la Guerra Fría en América Latina y la expansión en la zona de las ideas del comunismo, pues los graves problemas derivados de la inequidad e injusticia social en la región, “la extensa malnutrición, analfabetismo, gente desesperada sin hogar y hambre para la vasta mayoría de Latinoamérica que eran pobres (...) eran vistos como aliados del comunismo” (Informe Church, 1975). De tal modo que “la reacción de los Estados Unidos al aumento de poder de Fidel Castro sugirió que aunque la Doctrina Monroe hubiera sido abandonada, los principios que la promovieron seguían vivos¹⁰⁸. La presencia de Castro aguijoneaba una nueva política de Estados Unidos en su hemisferio con especial significado para Chile, la Alianza para el Progreso” (Informe Church, 1975).

En este sentido cobra especial relevancia un interesante pasaje de las memorias del entonces Secretario de Estado y Delegado de la administración Nixon para Asuntos de Seguridad Nacional, Henry Kissinger, en donde nos entrega una idea clara de la magnitud y alcances reales de toda esta maniobra. Cuando confiesa que ya desde la administración Kennedy y la de su sucesor, Lyndon Johnson, los EEUU habían llegado a la conclusión de **que Salvador Allende y las fuerzas políticas que le respaldaban representaban, ni más ni menos, que una seria amenaza para los intereses estadounidenses** (Kissinger, 1975). De tal modo que, y tal y como se desprende de su

¹⁰⁸“América para los americanos”, la frase que contenía la totalidad de la doctrina, ha sido interpretada históricamente en clave imperialista, a pesar de que la citada fuente establece que dicha proclama política unilateral corresponde más bien a un “aviso a las potencias europeas de no interferir en los asuntos políticos internos del hemisferio” (Informe Church, 1975); al mismo tiempo que una advertencia en el sentido de que cualquier intervención de los estados europeos en América sería vista como un acto de agresión que requeriría la intervención de Estados Unidos.

valioso testimonio, ya desde los sesenta y, muy probablemente, hasta principios de los noventa, **Chile se convirtió en una suerte de conejillo de indias de una contrarrevolución (capitalista) en donde se experimentó, además, con toda clase estrategias y tácticas discursivas / propagandistas desestabilizadoras; una enorme maquinaria bélica (“guerra psicológica”), diseñada y destinada a instalar la incertidumbre y el miedo (terror) en el imaginario colectivo de la población chilena.**

Nixon (...) les daría a los Chicago Boys y a sus profesores algo con lo que siempre habían soñado: una oportunidad de demostrar que su utopía capitalista era más que una teoría de un taller académico de un sótano, una oportunidad para rehacer un país desde cero. La democracia había sido poco hospitalaria con los Chicago Boys en Chile, la dictadura se demostraría mucho más acogedora (Klein, 2007: 96).

En 1962 la administración Kennedy tomó la decisión de penetrar fuerte en América Latina en el marco de la disputa geopolítica por la hegemonía mundial con la entonces URSS en el contexto de la Guerra Fría, y lo hizo a través de Chile y de un aparentemente inofensivo y promisorio programa: “de todos los países del hemisferio, Chile fue elegido para convertirse en vitrina para la nueva Alianza para el Progreso” (Informe Church, 1975), la parte amigable del plan. Por lo que “entre los años 1962 y 1969, Chile recibió indirectamente más de un billón de dólares en ayuda directa de los Estados Unidos, préstamos y subvenciones incluidas. Chile recibió más ayuda por habitante que cualquier otro país del hemisferio. Entre 1964 y 1970, entre 200 y 300 millones de dólares en crédito de corto plazo fueron continuamente facilitados a Chile desde bancos privados americanos” (Informe Church, 1975).

Controlar América Latina fue el primer objetivo de la política exterior de Estados Unidos y sigue siendo uno de los principales, en parte por sus recursos y mercados, pero también por razones ideológicas más amplias. Si Estados Unidos no pudiera controlar América Latina, no tendría esperanzas de ‘obtener éxitos en otros lugares del mundo’, concluyó el Consejo de Seguridad Nacional de Nixon en 1971, mientras sopesaba la importancia prioritaria de destruir la democracia chilena, un objetivo que pudo conseguirse por fin el primer 11-S (Chomsky, 2010: 54).

Todo ello porque a juicio de los Estados Unidos Chile poseía, además, “históricamente un atractivo más que notable dentro de Latinoamérica” (Informe Church, 1975); y, también, “una notable continuidad de los principios cívicos y democráticos” (Informe Church, 1975), a la par que una sólida estabilidad institucional que le llevan a destacar el hecho, como señala dicho informe, de que prácticamente “desde la Independencia en 1818 hasta el golpe de estado militar de Septiembre de

1973, Chile sufrió sólo tres interrupciones en su tradición democrática. Desde 1932 hasta el derrocamiento de Allende en 1973, la norma constitucional en Chile no fue rota” (Informe Church, 1975). A lo cual habría que agregarle “una extensa infraestructura burocrática para planificar y administrar un programa de desarrollo nacional” (Informe Church, 1975).

Chile desafía los estereotipos simplistas de los norteamericanos sobre Latinoamérica. Con más de dos tercios de su población viviendo en ciudades, y una renta per cápita (GNP) de \$760, Chile es uno de los países más industrializados y urbanizados de Latinoamérica. La mayoría de la población chilena sabe leer y escribir. Chile tenía un avanzado programa de bienestar social, a pesar de que sus beneficios no alcanzaron la mayoría de los pobres hasta que la participación popular empezó a ejercer en los comienzos de los 60. Los chilenos son fruto de un prolongado proceso de mezcla integrada por indígenas americanos con una variedad de inmigrantes europeos. Hasta septiembre de 1973 los chilenos llevaban sus demandas a un parlamento bicameral a través de un sistema multipartidista y también una extensa formación económica, grupos de comercio y, más recientemente, asociaciones profesionales y empresariales (Informe Church, 1975).

Esta visión extremadamente positiva y optimista de Chile, dicho sea de paso, ha estado presente en los discursos de muchos analistas y expertos de la realidad latinoamericana a lo largo de los años. Una cuestión que va más allá inclusive del supuesto milagro económico, fruto de la contrarrevolución capitalista que vino como consecuencia del golpe de Estado (Klein, 2007), que representa en las últimas décadas este país en la región. Prueba de ello es lo señalado por Régis Debray en los primeros meses del gobierno del Presidente Allende:

No debe sorprender si hoy como ayer Chile parte a explorar las posibilidades de la época, como franco tirador, con alguna ventaja sobre sus vecinos. Cualquier historiador de América Latina sabe que es en este laboratorio de experimentación social que han aparecido, anticipándose a la evolución del Continente, la primera mutual obrera (“Sociedad de Artesanos”, 1847, sin el menor asomo de una conciencia de clase, hay que reconocerlo); el primer ferrocarril (1851); la legislación civil más adelantada se su tiempo (Andrés Bello, 1855); la primera ley de sufragio universal que haya entrado en vigor (1884); la primera legislación social efectivamente aplicada (ley de reposo dominical, 1907, simultáneamente con el Uruguay de Batlle); una de las mejores enseñanzas laicas y obligatorias (1909); la primera República Socialista de América (1932, bautizada así por decreto, después del golpe de Estado de Marmaduke Grove); el primero, si no el único gobierno de Frente Popular del Continente (1938)¹⁰⁹, etc.¹¹⁰(...) Por lo demás, si se quiere

¹⁰⁹Se recuerdan en el mundo tres coaliciones marxistas (comunistas, socialistas y radicales) y antifascistas con el nombre de Frente Popular, el creado en Francia el año 1935, el de España del mismo año y el de Chile formado un par de años después, en 1937, y que llevó al poder al presidente Pedro Aguirre Cerda, del cual Salvador Allende sería su ministro de Salud, no habiendo cumplido aún los 30 años (Amorós, 2013: 74).

recordar que la Constitución de 1833 estuvo en vigor durante un siglo (...) y que la Constitución de 1925, que retomó fundamentalmente los preceptos de la primera, continúa regulando con minucia los detalles de la vida cotidiana del país, se verá enseguida que las democracias liberales europeas, Francia por ejemplo, con sus cambios de régimen y sus repúblicas arremolinadas, toman frente a Chile, aires de república bananera (Debray, 1971: 7-11-12).

Sin ir más lejos, el destacado sociólogo francés Alain Touraine ha dicho recientemente en una entrevista que “Chile en el mundo entero es uno de los países mejor preparado para transformarse en un miembro económica y políticamente muy activo del grupo de los países desarrollados, como lo demuestra su entrada a la OCDE...” (Museo de la Memoria, 2013). Por su parte, otro destacado sociólogo y discípulo de Touraine, Manuel Castells, ha manifestado en su oportunidad que “Chile es la sociedad red más desarrollada de América Latina, no sólo por tener más y mejores conexiones de internet y comunicación móvil, sino porque tiene un nivel educativo muy superior al de los otros países de la región, aunque haya mucho por hacer. Chile es ya un nodo significativo en lo tecnológico, en lo económico y en lo cultural de la sociedad red global. Chile es hoy día un país de los llamados desarrollados. Ahora tendría que concentrarse en incrementar el bienestar social y la equidad y en mejorar su sistema universitario que es cuantitativamente bueno, pero cualitativamente no tanto” (citado en García, 2010). Ello, por nombrar tan solo a tres figuras, y tres épocas distintas, suficientemente conocedoras de la realidad de Chile, dado que los tres vivieron y trabajaron allí en los sesenta, inicios de los setenta.

No obstante, y según la misma fuente citada, al mismo tiempo que los Estados Unidos destacan este conjunto de virtudes del lejano país andino, advierten que éste presentaba, además, una historia de larga data de organización, ascenso y apoyo al movimiento popular y los partidos de izquierda, socialistas, comunistas y otros, lo cual “se percibía en Washington como un coqueteo con el comunismo” (Informe Church, 1975). Al respecto, Régis Debray señaló que “sería difícil encontrar en otro país de esta parte del mundo una burguesía más precozmente constituida, segura de ella misma y expansionista, así como hallar un movimiento obrero tan sólidamente instalado, desde comienzos de siglo, en sus posiciones de clase y la fundación de los partidos” (Debray, 1971: 7). En otro interesante pasaje de este texto habla de la unión de la teoría marxista y del movimiento obrero nacional:

¹¹⁰A un eventual largo etc., podemos agregar la fundación del primer periódico de Hispanoamérica, *El Mercurio* de Valparaíso, 1827. Cuestión que citar por su absoluta pertinencia a nuestro estudio.

Ella ha cristalizado al día siguiente de la Revolución Soviética, por la fundación de la Federación Obrera Chilena (FOCH), afiliada a la Internacional Sindical Roja (Congreso de Concepción, 1919) y por la transformación del Partido Obrero Socialista en Partido Comunista, bajo la influencia y la égida de Recabarren, ex-obrero tipógrafo y ex-anarquista, en 1921. Sin duda se han fundado, con más o menos retardo, partidos comunistas y organizaciones revolucionarias en casi todos los países de América Latina. Pero en Chile, es del interior mismo del movimiento obrero que ellas han surgido, es de la clase misma, de sus luchas económicas y sociales cotidianas que ellas hunden sus raíces (Debray, 1971: 12).

Para el historiador Iván Ljubetic la clase obrera chilena había surgido mucho antes, en los años 20 del siglo XIX. “Nació combatiendo. La primera huelga obrera estalló en 1834 en el mineral de plata de Chañarcillo, cerca de Copiapó. En el siglo XIX hubo 110 huelgas” (Ljubetic, 2007). Prueba de ello es que el líder y padre del movimiento obrero chileno, Luis Emilio Recabarren, se alistó con 18 años de edad al Partido Demócrata en 1894, el que sería la simiente del Partido Comunista de Chile (PCCH), el más antiguo y ortodoxo de América Latina y del mundo. Ello constituye la génesis de este mega-plan dual. Al mismo tiempo que la razón de por qué este masivo programa de cooperación, basado en el profuso financiamiento con préstamos para el desarrollo de (inofensivos) programas nacionales, desarrolló, además, una importante línea de acción de ayuda y asistencia técnica en el terreno militar (Informe Church, 1975).

Ello en el marco de la línea operativa que los Estados Unidos aplica desde 1961 a la defensa hemisférica, consistente básicamente en la instrumentalización de las instituciones militares en tanto fuerzas de orden interno y conservación social (Barbier y Neale Ronning, 1966). El otro componente clave en la política (de intervención) de los Estados Unidos hacia Latinoamérica se trató básicamente del desarrollo, ni más ni menos, que de “técnicas de contra insurgencia para combatir las guerrillas insurreccionales urbanas o rurales” (Informe Church, 1975). Cuestión que prácticamente se tradujo en una absoluta dependencia técnica, económica e ideológica de las Fuerzas Armadas (FFAA) chilenas respecto de los Estados Unidos (Amorós, 2013: 475).

Por una parte, supuso la puesta en práctica de las tesis contrainsurgentes y contrarrevolucionarias del programa de Seguridad Nacional en las Escuelas de las Américas encargadas de combatir al “enemigo interno”, articuladas con prensa y propaganda, so pretexto de la “defensa” de la democracia y libertad de expresión; mientras que por otro lado, entre 1963 y 1973 la ayuda económica a las FFAA chilenas

procedente de los Estados Unidos superará los 28 millones de dólares y 1.182 oficiales chilenos fueron adiestrados en centros militares de este país bajo la Doctrina de Seguridad Nacional (Informe Church, 1975)¹¹¹. Lo anterior resulta útil para dejar de manifiesto una cuestión relevante para efectos del diagnóstico sobre el cual operaron las fuerzas de este poderoso país: que el enorme influjo de la cultura de izquierda existente en la sociedad chilena, si bien es cierto era completamente una realidad por ellos constatada; contrariamente, y a diferencia de lo que se creía, venía de lejos, más allá del triunfo de los guerrilleros barbudos de la Sierra Maestra cubana de Fidel y el “Che”, remontándose inclusive hasta albores del siglo XX, como se acredita en el nutrido discurso historiográfico existente sobre el particular (Debray, 1971).

Y es partir de lo cual que, como se ha podido acreditar en las fuentes citadas, este enorme programa de cooperación no era más que la cara visible y amable (la Alianza para el Progreso, con su doble articulación de cooperación y desarrollo de programas nacionales y de ayuda militar) (Serguéiev, 1980) de un (mega)Plan dual de Intervención/desestabilización en Chile, cuya otra devastadora (y principal) dimensión estaba contenida en una inquietante figura, tanto por su elocuente denominación, Covert Action (Acción Encubierta), como por su máximo responsable y brazo ejecutor: la CIA (U. S. Government, 1975).

No resulta fácil dibujar una figura clara acerca del significado de “Acción Encubierta”. El alcance de las actividades clandestinas llevadas a cabo por la CIA incluye acción encubierta, recolección de inteligencia clandestina, enlace con policía local y servicios de inteligencia, y contra inteligencia. Las distinciones entre los tipos de actividades están reflejadas en las disposiciones organizacionales, tanto del Cuartel General como del campo. Sin embargo, no siempre es tan fácil distinguir los efectos de diversas actividades. Si la CIA proporciona apoyo a un partido político, esto se llama “acción encubierta”; si la Agencia desarrolla un pago “de infiltración” a un partido político con el fin de recabar información, el proyecto es denominado como “recogida de inteligencia clandestina”. El objetivo de la acción encubierta es de impacto político. Al mismo tiempo relaciones secretas desarrolladas para la recogida de inteligencia clandestina pueden tener también repercusiones políticas, incluso a pesar de no haber una “intención manifiesta” por los oficiales americanos para manipular las relaciones de influencia política a corto plazo. Por ejemplo, en Chile entre 1970 y 1973, la CIA y militares americanos establecieron contactos con militares chilenos con el fin de reunir materiales de inteligencia y permitir a los

¹¹¹Especial celebridad cobra la Escuela de las Américas en Panamá, dependiente del Instituto del Hemisferio Occidental para la Cooperación en Seguridad (Western Hemisphere Institute for Security Cooperation), por cuyas aulas han pasado no pocos dictadores, once (Yepe, 2013), y otros tantos violadores de los derechos humanos según SOA Wath (<http://soaw.org>) y el Observatorio de la Escuela de las Américas, ONG que agrupa a reconocidas organizaciones que luchan por los derechos humanos de ese continente.

Estados Unidos entrar en comunicación con el grupo con más posibilidades para arrebatarse el poder al Presidente Salvador Allende (Informe Church, 1975).

Una potente articulación que, al margen de sus diversos componentes específicos, sus diferentes fases e intensidades, tuvo como eje troncal la *propaganda* (negra) y la *desinformación*, en los términos en que hemos definido estos conceptos con anterioridad. Gabriel Salazar coincide con el Informe Church en la fecha en que comenzó todo esto, fue en 1963 y coincidente con el inicio de la ayuda masiva, con motivo de las presidenciales de 1964, al Partido Demócrata Cristiano (PDC) para frenar a Allende; menciona, asimismo, como un antecedente fundamental de la intervención estadounidense en Chile, la firma de un convenio entre las universidades Católica y de Chicago en 1957¹¹². Aunque, visto lo visto, bien pudiéramos mencionar 1947, fecha en que Chile suscribe el Tratado Interamericano de Mutua Defensa, o 1952, cuando adhirió al Programa de Asistencia Militar, ambos diseñados en Washington (Amorós, 2013: 475). Convenio universitario que ha sido calificado como “una forma desvergonzada de imperialismo intelectual” (Klein, 2007: 95), por los actores involucrados, los recursos y las circunstancias en las que tuvo lugar.

En opinión de Juan Gabriel Valdés, excanciller chileno en la década de 1990, se trató de “un asombroso ejemplo de una transferencia organizada de ideología desde los Estados Unidos a un país de su esfera directa de influencia [...] la educación de estos chilenos derivó de un proyecto científico diseñado en la década de 1950 para influir en el desarrollo del pensamiento económico chileno” (Klein, 2007: 95). No obstante, se podría señalar, a partir del abundante material desclasificado de la CIA, que la fecha de inicio de todo esto corresponde al año 1962, fecha en la cual el malogrado presidente John F. Kennedy decide intervenir abierta, definitiva y masivamente en Chile, con dos años de anticipación, a partir de las presidenciales del 64 (Basso, 2013). No obstante, a fines de los cuarenta y recién estrenada la Guerra Fría ya se había iniciado la penetración de los Estados Unidos en Chile. Prueba de ello es que por presiones directas de la administración Truman el gobierno “frentepopulista” chileno del radical Gabriel

¹¹²En este mismo sentido, Naomi Klein, en una de sus más importantes obras, *La Doctrina del Shock* (2007), señala como clave esta relación entre ambas universidades y en especial el rol que le cupo a la Universidad Católica (U.C.) en los sucesos posteriores, a partir de lo cual: “La Universidad Católica, hogar de los Chicago Boys, se convirtió en la zona cero de creación de lo que la CIA denominó “clima de golpe” (Klein, 2007: 104). Cabe destacar que primeramente este convenio fue ofrecido a la Universidad de Chile, la principal universidad del país, pero su rector lo rechazó, bajo el argumento de “que solo participaría si su claustro podía tener influencia sobre quién en Estados Unidos formaría a sus alumnos” (Klein, 2007: 92). Y respecto de este llamado imperialismo cultural véase el documental *La Spirale* (1976) co-dirigido por Armand Matterlart.

González Videla proclamó la Ley de Defensa Permanente de la Democracia, más conocida como la “Ley Maldita”, en virtud de la cual luego de proscribir al Partido Comunista (PC), se termina por quebrar y sepultar definitivamente al Frente Popular chileno en 1948 (Garcés, 1976: 105-110; Amorós, 2013: 109)¹¹³.

Prueba de ello es que la CIA ya en 1947 había instalado en pleno centro de Santiago de Chile, en la calle Agustinas, a escasos metros del Palacio de La Moneda, la sede del Gobierno de Chile, su primera oficina en el país. En esta misma dirección se plantea el periodista de investigación Carlos Basso (2013), quien señala además que es a partir de 1953 que se empiezan emitir los llamados NIEs (*National Intelligence Estimate*) sobre Chile, un eufemístico nombre cuyas siglas correspondían en realidad a unos *papers* dotados de cierto rigor académico y de corte predictivo político-económico elaborados por la Oficina Nacional de Estimaciones (*Office of National Estimates*, O/NE, por sus siglas en inglés), una de sus importantes divisiones de estudio. Precisamente, uno de estos dispositivos fechado en 1963, según esta fuente, compuesto por más de 33 páginas, hablaba de una virtual “izquierdización” del electorado chileno, lo cual adjudicaba causalmente a razones de índole puramente socioeconómica (Basso, 2013).

3.1.1.1. EL LADO OSCURO DEL MEGA-PLAN DUAL: COVERT ACTION

Este mega-plan de intervención/desestabilización implementado por los Estados Unidos en Chile como parte de la política (exterior) del gobierno de este país, cuyo propósito fundamental era de “influir en la dirección de los acontecimientos políticos de Chile” (Informe Church, 1975), y, en específico, frenar el ascenso al poder de las fuerzas de izquierda bajo el liderazgo de Salvador Allende, poseía, como hemos señalado anteriormente, un rostro bastante menos amable y soterráneo –respecto de la ayuda y la cooperación internacional– y un lado definitivamente oscuro: Acción Encubierta (*Covert Action*) (Informe Church, 1975). Éste consistió, por una parte, en un amplio abanico de “actividades clandestinas” llevadas a cabo por la CIA del tipo “recopilación clandestina de inteligencia extranjera, contra inteligencia (o enlace con servicios locales) y acción encubierta”. Se trata de diversas actividades manipuladas de

¹¹³Cabe señalar que durante este periodo, siendo Pablo Neruda senador de la república (la cámara más importante del parlamento chileno) fue objeto de una grotesca e irrisoria acusación de antipatriota, desaforado y perseguido en medio de una campaña orquestada directamente desde Washington (Martínez, 2009: 192).

manera diferente en Washington; por lo general eran responsabilidad de varios oficiales de campaña de la CIA. Sin embargo, cualquiera de esos tipos de proyectos podían tener repercusiones en política exterior y “todos ellos dependían del establecimiento de relaciones clandestinas con nacionales extranjeros” (Informe Church, 1975).

Ahora bien, si el abanico de actividades etiquetadas como ““acción encubierta” no incluye todos los esfuerzos clandestinos americanos con posibles repercusiones políticas, ese abanico es sin embargo amplio. La acción encubierta de los Estados Unidos en Chile abarcó un rango de técnicas y afectó a una amplia variedad de instituciones chilenas. Ello incluyó proyectos que fueron considerados como el esqueleto necesario para operaciones secretas, así como los principales esfuerzos motivados por circunstancias especiales” (Informe Church, 1975). En cualquier caso, concluye el citado informe, “la acción encubierta ha sido entendida a medio camino entre la representación diplomática y el uso secreto de fuerza militar” (Informe Church, 1975). “En el ‘caso de Chile’, este camino intermedio puede haber estado demasiado lejos de lo tolerable. Dados los costes de la Acción Encubierta, sólo se debería recurrir a ella cuando se presentara una violenta amenaza a la seguridad nacional de los Estados Unidos. Está claro que no era ese el caso de Chile” (Informe Church, 1975).

3.1.1.2. (PROGRAMAS) LÍNEAS DE ACCIÓN

Los siguientes contenidos constituyen las líneas de acción prioritarias de este Plan:

3.1.1.2.1. PROPAGANDA

Fue, según la fuente consultada, la forma más extendida de Acción Encubierta desarrollada en Chile entre los años 1963 y 1973:

La forma más común de proyectos de propaganda es simplemente el desarrollo de “infiltrados” en organizaciones de comunicación que pueden ubicar artículos o se les puede pedir que los escriban. La Agencia proporcionó a su Central en el país diferentes tipos de orientación referente a los tipos de propaganda que se requerían. Por ejemplo, un proyecto de la CIA en Chile apoyó desde uno a cinco colaboradores en medios de comunicación durante los siete años que operó (1965-1971). La mayoría de estos colaboradores trabajaban en el principal diario de Santiago, el cual era cardinal en los empeños propagandísticos de la CIA [se refiere sin nombrarlo, con toda seguridad, al diario *El Mercurio*]. Estos infiltrados escribían columnas o artículos de fondo favorables a los intereses de los Estados Unidos en el mundo (por

ejemplo, críticas a la Unión Soviética como resultado de la invasión checoslovaca); eliminaban artículos de noticias negativas de los Estados Unidos [por ejemplo acerca de Vietnam]; y autorizaban artículos de crítica de los izquierdistas chilenos. [Pauta de desinformación] Los esfuerzos de propaganda secreta en Chile también incluían propaganda “negra”: material falso creado para ser presentado como el quehacer de un individuo concreto o grupo. En las elecciones de 1970, por ejemplo, la CIA usó propaganda “negra” para sembrar discordia entre los comunistas y los socialistas y entre la confederación nacional obrera y el Partido Comunista Chileno (Informe Church, 1975).

Por último, es evidente que sin perjuicio de lo anterior, existieron “programas” de propaganda directa como es el caso del empapelamiento e inundación del espacio público con carteles y panfletos u octavillas a gran escala, al más puro estilo de la propaganda nazi. Finalmente, cabría destacar que “de treinta y tantos proyectos de acción encubierta emprendidos en Chile por la CIA entre 1961 y 1974, aproximadamente media docena tenían la propaganda como su actividad principal” (Informe Church, 1975):

3.1.1.2.2. APOYO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En este sentido cabría destacar que básicamente se desarrollaron acciones de soborno a medios de comunicación chilenos afines a los Estados Unidos, con lo cual directamente “la CIA apoyaba –o incluso fundaba– la creación de medios de comunicación afines que podrían no haber existido en ausencia del apoyo de la Agencia” (Informe Church, 1975). No olvidemos que “desde 1953 hasta 1970 la Central en Chile subvencionó empresas de radio, revistas escritas por círculos intelectuales, y un periódico derechista semanal. De acuerdo al testimonio de antiguos oficiales, el apoyo a los periódicos se terminó porque se volvieron tan inflexiblemente derechistas como para enemistarse con los conservadores moderados. Con mucho, el mayor –y probablemente el más significativo– caso de apoyo a organizaciones de comunicación fue el dinero suministrado a *El Mercurio*, el principal diario de Santiago, bajo presión durante el régimen de Allende” (Informe Church, 1975).

Asimismo, Joan E. Garcés, uno de los más importantes asesores políticos del presidente Allende, entrega un dato revelador al respecto y que ilustra claramente la magnitud de la propaganda empleada por la CIA: “produjo veinte cuñas radiales por día en Santiago y en 44 en regiones y subsidiaba a medios de información afines (...) 24 informativos diarios en Santiago y provincias, 26 programas de ‘debate’ por semana, y

distribuía 3.000 posters cada día” (Garcés, 1995: 67). Carlos Altamirano, uno de los más altos dirigentes de la Unidad Popular y presidente del Partido Socialista, el partido de gobierno, se encarga de completar estos datos con la siguiente información: “La CIA produjo 20 avisos radiales por día en Santiago y en 44 estaciones de radio de provincia; informaciones noticiosas de 12 minutos cinco veces al día en tres estaciones de Santiago y en 24 filiales de provincia...” (Salazar, 2010: 304).

3.1.1.2.3. AUMENTO DE INFLUENCIA EN INSTITUCIONES Y GRUPOS

El gobierno estadounidense se planteó influir directamente en una amplia gama de instituciones y grupos de la sociedad chilena con el propósito específico “de influir directamente en la forma de hacer política del gobierno, e intentar oponerse a la influencia comunista o izquierdista entre grupos organizados de la sociedad. Que la mayoría de estos proyectos incluían un componente propagandístico es obvio” (Informe Church, 1975). En los cuales, la citada fuente menciona, al margen de las organizaciones políticas anti-izquierdistas, a organizaciones estudiantiles, organizaciones de mujeres, organizaciones sindicales (CUT-CH), de pobladores¹¹⁴, así como círculos intelectuales y culturales.

3.1.1.2.4. INTERVENCIÓN EN LOS PROCESOS ELECTORALES

Mediante la cara menos amigable este mega-plan dual de Intervención/desestabilización de los Estados Unidos en Chile, a saber, Acciones Encubiertas, es un hecho que este país intervino prácticamente en todos los principales procesos electorales chilenos en la década comprendida entre los años 1963 y 1973; siendo en varios casos una intervención de carácter masivo (Informe Church, 1975). Un claro ejemplo de intervención electoral a gran escala fue, sin lugar a dudas, la elección presidencial de 1964 a favor del candidato demócratacristiano, Eduardo Frei Montalva¹¹⁵, quien, luego de lo cual, resultó vencedor en dicha contienda electoral.

¹¹⁴ Con este concepto se hacía alusión a los residentes (marginalizados) de las llamadas “Poblaciones Callampas”, surgidas en el extrarradio del Gran Santiago con motivo del fuerte proceso migratorio campo-ciudad vivido en la primera mitad del siglo XX.

¹¹⁵ *El Mercurio* se volcó por completo a favor de esta candidatura con una campaña centrada en la mujer, la defensa de la civilización cristiana y occidental (versus comunismo ateo y disipado), y del orden y la tranquilidad (versus el caos generado por la izquierda). Publicó cartas de gente cercana a Fidel Castro (Manuel Urrutia y su hermana, Juana Castro) o la del papa Juan XIII. Y una serie de tristemente célebres anuncios (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 114).

“En Washington, se estableció una comisión electoral inter-agencias, compuesta por el Departamento de Estado, la Casa Blanca y oficiales de la CIA. Esta comisión estaba ligada a un grupo de la embajada en Santiago. No se estableció un cuerpo de trabajo dentro de la CIA, pero la Central en Santiago fue reforzada. La Central ayudó a los demócratacristianos a dirigir una campaña de estilo americano, que incluía encuestas, registro de votantes, auto divulgación de votos, además de propaganda secreta” (Informe Church, 1975). No obstante, se desprende del citado informe que la CIA intervino directamente, sino a favor de alguna candidatura, contra las candidaturas de Salvador Allende en las cuatro elecciones presidenciales en las que se presentó, a saber, en el 1952, 1958, 1964 y, finalmente, 1970, en la que finalmente resultó triunfador. Lo cual nos brinda más antecedentes respecto de la magnitud de la referida operación.

3.1.1.2.5. APOYO A PARTIDOS POLÍTICOS CHILENOS

El apoyo secreto que los Estados Unidos suministraron a los partidos políticos se hizo principalmente con fines electorales. No obstante existieron apoyos a partidos políticos con fines menos específicos cuando coyunturalmente no había una elección *ad portas*. Tal es así que “la mayoría de tales apoyos se dieron durante los años de Allende, 1970-1973, cuando el gobierno de los Estados Unidos juzgó que sin su apoyo a partidos del centro y de la derecha estos podían no haber sobrevivido como elementos de la oposición ni como contendientes electorales después de algunos años” (Church, F., 1975).

“El apoyo con fondos a gran escala a partidos políticos entre 1970-73 no fue, sin embargo, algo sin antecedentes, si bien se podría decir que a una escala más modesta. En 1962 el Grupo Especial (predecesor de la Comisión 40) autorizó varios cientos de miles de dólares como esfuerzo para fortalecer el PDC en previsión de las elecciones de 1964. Se hicieron en 1963 y 1967 pequeñas autorizaciones como apoyo a componentes moderados dentro del Partido Radical” (Informe Church, 1975). En este mismo sentido, cabe destacar que el apoyo a los partidos políticos se tradujo en la práctica en la ayuda a sus articulaciones armadas para el desarrollo de acciones terroristas, como es el caso de los grupos derechistas Patria y Libertad y el Comando Rolando Matus (Informe Church, 1975).

3.1.1.2.6. APOYO A ORGANIZACIONES DEL SECTOR PRIVADO

Como parte de su programa de apoyo a grupos opositores al gobierno de la Unidad Popular (UP), entre los cuales cabría destacar los referidos grupos terroristas de extrema derecha (Patria y Libertad y el Comando Rolando Matus), también ayudó al Sindicato del Comercio Establecido de Rafael Cumsille, el Sindicato de Transportistas Terrestres de León Vilarín, que protagonizaron una espectacular huelga nacional en octubre de 1972, conocida como el “Paro de los Camioneros” (Herreros, 2008); como asimismo apoyó a grupos de mineros (la huelga de los mineros del Teniente, por ejemplo) y a estudiantes en sus diferentes movilizaciones. En efecto, “la CIA proporcionó dinero a varias organizaciones de comercio del sector privado chileno. En septiembre de 1972, por ejemplo, la Comisión 40 autorizó \$24.000 como apoyo de emergencia para una organización empresarial contraria a Allende (...). En octubre de 1972 la Comisión 40 autorizó \$100.000 para organizaciones del sector privado, como parte del proyecto electoral de marzo de 1973 (...). Según la CIA, ese dinero se gastó solo en actividades electorales, tales como la orientación del voto y la auto divulgación de votos. En agosto de 1973 la Comisión autorizó apoyo a grupos del sector privado pero con desembolso condicionado bajo acuerdo del Embajador y el Departamento de Estado. Este acuerdo no llegó” (Informe Church, 1975).

3.1.1.2.7. ESFUERZOS DIRECTOS PARA PROMOVER UN GOLPE MILITAR

El *peak* de los esfuerzos de los Estados Unidos por alterar el curso de los acontecimientos políticos en Chile se alcanzó con posterioridad al 4 de septiembre de 1970, fecha en que la Unidad Popular (UP) con Salvador Allende resultó vencedora de las presidenciales de ese año por mayoría relativa; una victoria que quedaba sujeta a ratificación por el Congreso pleno en un plazo no superior a 60 días, al no estar estipulada constitucionalmente la segunda vuelta electoral. Tiempo en el cual la CIA se orientó por completo a la promoción de un golpe de Estado con el propósito evidente de evitar que Allende asumiera efectivamente la presidencia de Chile, mediante orden expresa y perfectamente compartimentada del presidente Nixon, emitida prácticamente a las pocas horas de producido el triunfo de la Unidad Popular (UP). Una tentativa que recibió el nombre de Plan de Operaciones (Informe Church, 1975). Es la primera y única constancia que se tiene en este sentido. Precisamente, en uno de los informes de la

Comisión Church, se señala que el presidente de los EEUU, Richard Nixon, inmediatamente producido el triunfo de Salvador Allende mandó llamar a su embajador en Santiago de Chile, Edward Korry, para transmitirle expresamente, en su acostumbrado malsonante verbo (Hitchens, 2002), su decisión de “aplastar” a ese “hijo de puta” (“*son of a bitch*”) de Allende, golpeando su puño contra la palma de su otra mano, como lo recuerda Korry (Guzmán, 2002).

Precisamente, en otro revelador pasaje de este encuentro, Edward Korry señala: “[Nixon] Ordenó a la CIA que no permitiera que Allende asumiera la presidencia (...) Expresó su deseo de no permitir que Allende pasara de ser presidente electo a tomar posesión de su cargo, que fuera investido presidente. Y le comunicó a la CIA que hiciera todo lo que estuviera a su mano (...) Sin lugar a dudas incluía un golpe militar. De hecho en cuanto ganó Allende las elecciones quisieron que yo presionara a la derecha militar chilena. Después de aquello tres de los generales más importantes se reunieron con nuestro delegado militar Golman, para preguntar por la posición de EEUU y pidieron apoyo para perpetrar el Golpe de Estado” (Aguero, 2008).

Asimismo, e inmediatamente luego de este encuentro, el 15 de septiembre impartió en reunión extraordinaria órdenes expresas en idéntico sentido al jefe/director de la CIA, Richard Helms. La constancia de este hecho quedó registrada en un trozo de papel escrito a mano –las notas que tomó de dicho encuentro– que el propio Helms suministró a esta comisión investigadora del Senado estadounidense, y en el cual señalaba lo siguiente: “Aunque tenga usted una oportunidad entre diez, salve a Chile. Merece la pena el gasto. No importa los riesgos que haya que correr. No meter a la embajada en esto. Diez millones de dólares disponibles¹¹⁶, más si es necesario. Dedicación completa. Los mejores hombres. Plan estratégico. Reventar la economía [simbolizada en el *make the Chilean economy scream* o “hacer aullar la economía chilena” de Nixon]¹¹⁷. Cuarenta y ocho horas para el plan de acción” (Opazo, 1990: 152).

¹¹⁶ Estamos hablando de cifras enormes dado que “los dólares de la CIA podían ser convertidos en el mercado negro chileno, donde el tipo de cambio no oficial a escudos chilenos a menudo alcanzaba a cinco veces el tipo de cambio oficial” (Church, 1975).

¹¹⁷ Carlos Altamirano cuenta que esta frase (“hacer aullar la economía”) la menciona con anterioridad en una carta en que Rodomiro Tomic, candidato demócratacristiano a las presidenciales de 1970, le conminaba a que “bajaran”, en su favor, la candidatura de Salvador Allende (Salazar, 2010: 190). Un hecho genuinamente revelador, pues plantea, claramente, la existencia previa del plan y niveles de connivencia e involucramiento en todo ello por parte del PDC.

Una orden que, según el propio testimonio de Richard Helms entregado a la Comisión Church, le habría sido efectivamente transmitida con posterioridad –un día después– a la legendaria reunión desayuno que sostuvo Richard Nixon con Henry Kissinger, secretario de estado; John Mitchell, Fiscal General; Donald M. Kendall, presidente mundial de Pepsi Cola y socio de Agustín Edwards de algunos importantes negocios en Chile y uno de los principales financistas de Nixon; y el propio Agustín Edwards, propietario del diario *El Mercurio*¹¹⁸, en donde se discutió el “caso de Chile” en idéntica dirección a la que se venía abordando.

El 15 de septiembre de 1970, después de que Allende terminara primero en las elecciones pero antes de que el Congreso chileno hubiera elegido entre él y el candidato Alessandri, el Presidente Nixon se reunió con Richard Helms, el Director de la Central de Inteligencia, el asistente al Presidente para asuntos de Seguridad Nacional Henry Kissinger y el procurador general John Mitchell. Helms fue comisionado para prevenir que Allende se hiciera con el poder. Este empeño se llevó a cabo sin el conocimiento del Departamento de Estado y Defensa o del Embajador. Plan de Acciones II nunca fue tratado en la reunión de la Comisión 40 (Informe Church, 1975).

Por su parte, el propio Henry Kissinger, en las declaraciones formuladas ante la misma comisión el 12 de agosto de 1975, se encargó de ratificar (todo) lo señalado en este sentido por el jefe máximo de la CIA, Richard Helms; haciendo, incluso, en uno de los pasajes de sus memorias, una especial referencia (directa y explícita) a la reunión en

¹¹⁸En uno de los pasajes de *La Conjura* (2000), de la periodista de investigación Mónica González, aparece una entrevista sostenida con Patricio Aylwin, quien revela un singular y curioso encuentro sostenido en Washington el año 1969 mientras presidía la delegación de Chile ante la Asamblea General de ese año, en la residencia del embajador de Chile de entonces, Domingo Santa María, hasta altas horas de la madrugada poco después de *El Tacnazo* (intentona golpista contra el gobierno de Frei liderada por el general Roberto Viaux con tropas del Regimiento de Infantería Tacna, que en el tiempo queda claramente establecido que se trataba de un intento de frenar a Allende antes de que se produjera su eminente triunfo). En tales circunstancias y en momento en que Santa María le manifestaba poseer valiosísimos datos sobre esta sublevación. Sorpresivamente apareció en el encuentro Agustín Edwards acompañado del Secretario de Estado para América Latina del gobierno de Richard Nixon, Charles Meyer. Lo cual dejó de manifiesto las estrechas relaciones que sostenía Edwards con la administración Nixon, junto con revelar el propósito de la presencia de éste en dicho país. Así lo señala el propio Aylwin: “Era noviembre de 1969 y allí supe que, en ese momento, Agustín Edwards estaba en Washington en algo así como pidiendo ayuda para el general Viaux” (2000: 49). Al respecto cabría señalar un hecho que revela la ironía y las veleidades del periodo. El General Prats, que más tarde sería asesinado en Buenos Aires por la policía secreta de Pinochet, señaló en sus memorias en razón del constitucionalismo del General Schneider –que poco tiempo después sería asesinado– un alto dirigente de la Democracia Cristiana (DC) le manifestó que el Presidente Eduardo Frei (también asesinado por la dictadura) vería con buenos ojos que él encabezara un golpe para frenar el ascenso de Unidad Popular al poder. O sea, una especie de trabajo sucio que una vez despejada la izquierda del camino, convocara nuevamente a elecciones (Prats, 1985). En los mismos términos aparece referido este episodio en el libro de Armando Uribe, *El libro negro de la intervención norteamericana en Chile* (1974), quien sugiere directamente que el misterioso personaje sería el mismo Patricio Aylwin, quien más tarde sería presidente de Chile.

la cual participó Edwards: “Para entonces Nixon había asumido un papel personal. Había sido impulsado a actuar el 14 de septiembre por Agustín Edwards, el editor de *El Mercurio* [su dueño], que había venido a Washington a advertir cuáles serían las consecuencias de la toma de Allende. Edwards se hospedaba en la casa de Don Kendall, principal ejecutivo de Pepsi-Cola. Yo me había encontrado con Edwards y Mitchell durante el desayuno y le había pedido a Helms ver a Edwards por cualquier idea que pudiera tener” (Kissinger, 1975: 33). Esta reunión, que intenciona el dueño del diario *El Mercurio*, Agustín Edwards, y a la que hacen referencia tanto el citado Informe Church (1975) como Henry Kissinger en sus memorias (1975), constituye, en nuestra opinión, uno de los hechos más sorprendentes (de este acontecimiento) y espectaculares de todo el (mega)Plan, no solo por la envergadura y relevancia de sus protagonistas sino también principalmente por el calado y alcances de la decisión que fue tomada, pues allí quedaron sentadas las bases del golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973 y se selló la suerte de todo un país y su democracia.

Pues en efecto, allí quedaron establecidos y de manera definitiva la estructura (comando operativo golpista), el programa (de desestabilización) y los recursos suficientes y necesarios para dar cumplimiento al propósito establecido de acabar finalmente con el gobierno de Salvador Allende y la democracia chilena: allí se selló definitivamente la suerte del presidente Allende, de Chile y su vieja democracia, y con ellos la de miles y miles de chilenos que más tarde serían exiliados, torturados y asesinados. Una conspiración que de paso le reportó a su virtualmente huido mentor, Agustín Edwards, una importante remesa en dólares (la promesa de casi 2 millones de dólares de la época) que pasaron directamente a engrosar las alicaídas arcas de su periódico, *El Mercurio*¹¹⁹. El periodista y académico estadounidense John Dinges, por

¹¹⁹En la entrevista que concedió excepcionalmente el presidente Allende al periodista estadounidense Saul Landau el malogrado exmandatario chileno hace referencia a las verdaderas razones de la eventual fuga de Edwards: la detección/hallazgo, en una inspección fiscal a los libros de cuentas del diario, de un enorme fraude tributario de 5.400 millones de escudos de la época con la Tesorería Provincial de Santiago. El presidente Allende, junto con ello, denunció las maniobras especulativas efectuadas por el Banco Edwards, al margen de la ley y a espaldas del Banco Central, por el doble de su capital, comprometiendo así directamente el crédito de Chile. Es por ello que le conmina y emplaza, en este documento audiovisual, directamente al dueño del diario para que regrese al país y aclare su situación ante la justicia. Obviamente, Agustín Edwards no volverá a Chile sino hasta después del golpe de estado del 73. Al respecto, cabría mencionar otra de las anécdotas y curiosidades que plantea este caso, el testimonio de la periodista Josefina Vidal, quien señala que Agustín Edwards, que era viajero frecuente por su alto cargo en Pepsi Cola a Barcelona, monitoreó casi al minuto y con toda clase de detalle el golpe de Estado desde un lujoso hotel de la ciudad Condal, brindando con una copa de cava por el desenlace, una vez que se enteró de la muerte de Allende. Según el testimonio, por boca de uno de los líderes del *putsch*, señaló: “Mi amigo el almirante Merino ya se ha hecho cargo de la situación”, para recordar sus

entonces corresponsal del *Washington Post* en Santiago de Chile, se refiere así a este hecho protagonizado por el dueño de *El Mercurio*. Testimonio que aparece en el documental del cineasta chileno Ignacio Agüero, *El diario de Agustín* (2008):

Se debatía mucho en las esferas de la CIA y el gobierno, se propuso él mismo, como buen hombre de negocios, aunque está embarcado en un proyecto de derrocamiento militar, está preocupado por la sanidad de su empresa. Entonces él pidió ayuda financiera y EEUU tenía que decidir si vale la pena aportar dinero directamente a esa persona y su diario o no hacerlo (...) Finalmente para decidir llevaron el tema al mismo presidente Nixon y él aprobó la ayuda directa de 700.000 dólares a Edwards. Y al poco tiempo después se aprobaron otros 300.000. O sea, 1 millón de dólares. Un año después se aprobó otro millón de dólares (...) de ayuda (económica) directa a *El Mercurio* (John Dinges en Agüero, 2008).

Por su parte, el citado Informe Church, en relación al tema señala que La Comisión 40 autorizó \$700.000 para *El Mercurio* el 9 de septiembre de 1971 y añadió otros \$965.000 a esa autorización el 11 de abril de 1972. Un memorándum del renovado proyecto de la CIA concluyó que *El Mercurio* y otros medios de comunicación apoyados por la Agencia habían jugado un papel importante en la puesta en marcha del golpe militar del 11 de septiembre de 1973 que derrocó a Allende” (Informe Church, 1975).

Tabla 4 - Técnicas de acción encubierta - Gastos en Chile, 1963-73¹²⁰

Técnicas	Cantidad
Propaganda para elecciones y otros apoyos a partidos políticos	\$ 8.000.000
Producción y difusión de propaganda y apoyo a prensa, radio y televisión	\$ 4.300.000
Apoyo a organizaciones del sector privado	\$ 900.000
Fomentar el golpe de Estado militar	\$ 200.000
Total	\$ 13.400.000

Fuente: Informe Church, 1975.

palabras. Luego, según Vidal, Edwards habría agregado: “Cualquier cosa que precisen, él es amigo mío...” (Landau, 1971).

¹²⁰Cifras redondeadas a \$100.000.

3.1.1.3. LAS (TRES) FASES

De la lectura del Informe Church (1975) y de lo señalado por numerosas fuentes desclasificadas y expertos en tema, como es el caso del historiador social chileno Gabriel Salazar, podemos señalar que las siguientes corresponden, en términos generales, a las tres fases que contenía la parte oscura del (mega) Plan, principalmente en función de los acontecimientos, propósitos y actividades o acciones desarrolladas en cada una de ellas. La primera va desde 1963 a las presidenciales de 1970; la segunda, considerablemente más breve, pero al mismo tiempo muchísimo más intensa, va desde el 4 de septiembre de 1970 (triunfo en las urnas de Salvador Allende) al 24 de octubre de 1970, fecha en que fue ratificado por el Congreso Pleno en la victoria obtenida en las urnas; y la tercera fase, que va desde el 3 de noviembre de 1970, en que Salvador Allende asumió efectivamente el mando de la nación, al 11 de septiembre de 1973, fecha en que se produce el golpe de Estado que derrocó al gobierno constitucional y democrático de Salvador Allende. Las dos últimas etapas, precisamente, son las que abordaremos en nuestro trabajo de campo.

✓ FASE I, 1963-1970: LAS “ESPECTACULARES” PRESIDENCIALES DE 1964

Nuestra ayuda oficial a Chile durante el gobierno de Frei totalizó mucho más de mil millones de dólares, el mayor programa per cápita hasta entonces en América Latina, en parte para fortalecer las fuerzas democráticas contra Allende.

(Kissinger, 1975: 460).

Si tomamos 1962 como el año de referencia en que la administración Kennedy decide intervenir ostensible y abiertamente en Chile, podemos afirmar que la primera fase de la parte hostil u oscura del mega-plan dual de Intervención/desestabilización es prácticamente reductible a lo que fue la campaña presidencial de 1964, sus prolegómenos –uno o más años antes– y sus efectos, que se extienden hasta las presidenciales de 1970. Salvador Allende resultó derrotado en las elecciones presidenciales de 1958 por un estrechísimo margen¹²¹—tan solo 30.000 votos— con un 28,92% de los sufragios frente a un 31,52% por parte del candidato derechista, Jorge Alessandri Rodríguez; una elección que, dicho sea de paso, no estuvo exenta de fundadas sospechas de fraude, principalmente por los fallos del precario sistema electoral imperante, que facilitaban entre otros prácticas viciosas el cohecho (Martínez, 2009; Agnic, 2008), pero que encendió prácticamente todas las alarmas y los temores de los Estados Unidos, toda vez que, además, el candidato predilecto de la administración Kennedy, el democristiano (DC) Eduardo Frei Montalva, resultó tercero con tan solo el 20,75% de los sufragios.

Ello, seguramente, fue interpretado como una señal inequívoca respecto de la “izquierdización” del electorado chileno y de que el liderazgo allendista venía en claro ascenso, por lo que muy probablemente terminaría gobernando Chile más temprano que tarde, de no mediar, como en efecto así ocurrió en ambos sentidos, una maciza intervención externa. Así fue que el Grupo Especial del Panel 5412 (5412 Panel Special Group) adoptaba en abril de 1962, por mandato presidencial (en plena administración

¹²¹Fue ésta la campaña presidencial, la del 58, que Allende más quiso y creyó ganar a sus 50 años (Martínez, 2009: 235). Incluso hoy sabemos gracias al testimonio de Agnic (2008) (UAH, 2013), que el saliente presidente Ibáñez del Campo, en vista del rumbo un poco turbio que adquirió el proceso electoral, envió a un general de su confianza a ofrecerle hacerse con el poder con ayuda del ejército, lo que Salvador Allende rechazó en forma categórica: “¿Han perdido ustedes la razón? El señor Ibáñez sigue siendo el mismo golpista inmoral de 1924. No tenemos nada más de que hablar” (Martínez, 2009: 239).

Kennedy), la decisión de llevar a cabo el programa encubierto de ayuda financiera al Partido Demócrata Cristiano (PDC) en la perspectiva de las presidenciales del 64 (Departament State, 2000). Iniciando, así, la más espectacular intervención que este país haya llevado cabo en país alguno.

El mismo año (1963) en que, según este mismo informe, la CIA comenzó a prestar apoyo a grupos de propaganda callejera este mismo organismo (que sería reemplazado por el 303) aprobó un programa específico de acción política y propagandística en el marco de la campaña electoral de las presidenciales del 64 (Departament State, 2000). Sin perjuicio de lo cual existieron además apoyos para el Frente Democrático (que muy prontamente se terminaría disolviendo) y para el Partido Radical. Ambos opositores a la candidatura de Allende (Departament State, 2000), aunque todas estas formaciones políticas luego de “el naranjazo”¹²² se pusieron, de cara a las presidenciales de 1964, detrás del candidato único de la derecha y el centro, el democristiano Eduardo Frei Montalva.

La misma fuente señala, más adelante, que el 2 de abril de 1964 “la Comisión 303 aprobó una campaña de acción política de cara a la preparación de las elecciones de 1964. En el mismo período, a la CIA se le encomendó promover la emisión unilateral continuada de cuñas de propaganda en los medios de comunicación para así orientar la opinión pública en contra de los partidos y candidatos de la izquierda. Para la fecha de las elecciones, la Comisión 303 había aprobado un total de 3 millones de dólares para evitar que Allende ganara” (Departament State, 2000). En cualquier caso, Joan E. Garcés (1995) señaló que la CIA se gastó sobre 20 millones de dólares en la campaña de Frei, que representaba, según las fuentes citadas, alrededor del 50% del coste total. Por lo que la campaña completa habría costado en total más del doble de esa cifra, unos 3.000 millones de escudos chilenos, lo cual, dada la época, el tamaño del país y su electorado, representa una cifra realmente sideral. Por su parte, Kennie Anderson en *Land of Hypocrisy* (2002), en la parte 2 –de cuatro que posee este texto– relativa a las principales intervenciones de los Estados Unidos en la posguerra en Latinoamérica y

¹²²Se trató de la sucesión del fallecido diputado socialista, el doctor Oscar Naranjo, devenida seis meses antes en ensayo general de las presidenciales del 1964. Al ser derrotados por el doctor Oscar Naranjo hijo los candidatos del radical derechista Julio Durán y al democristiano de Frei Montalva, la derecha interpretó en clave plebiscitaria que ganaba Allende las elecciones por lo que dejando caer a Durán puso todas sus energías en su candidato único, el democristiano Eduardo Frei Montalva. Algunos señalan que Allende luego de este episodio comentó: “Hemos ganado un diputado, pero hemos perdido un presidente” (Martínez, 2009: 268).

Chile en concreto, señala que los Estados Unidos se gastaron per cápita en las presidenciales del 64 en su candidato más dinero que el desembolsado, de igual modo, por los candidatos Lyndon Johnson y Barry Goldwater en la elección presidencial estadounidense de ese mismo año, 1964.

Cifra que, por lo demás, aparece denunciada en el artículo del periodista estadounidense Lawrence Stern de *The Washington Post* titulado “Estados Unidos ayudó a derrotar a Allende” publicado en este medio el 6 de abril de 1973, en los mismos días en que el Senado estadounidense revelaba –junio de 1973 (Klein, 2007: 98)– la intromisión de la ITT y de la CIA en la política interna de Chile¹²³. En este artículo Stern plantea incluso que en esta campaña se manejó una cifra muy superior a 20 millones de dólares y más de 100 agentes infiltrados por parte de los EEUU y que un exembajador manejaba la cifra de 26 millones (Cabieses, 1973). El citado periodista estadounidense declaró al *International Herald Tribune* unos pocos días antes del golpe de Estado, el 7 de septiembre de 1973, esta campaña fue calificada por un oficial de inteligencia de ese país en misión en Chile como de “escandalosa y casi obscena” (Stern, 1973).

En efecto, según el Informe Church (1975), más de la mitad de la campaña (sobre 20 millones de dólares) del candidato de la Democracia Cristiana (PDC) y de la Derecha (PN y PR), el democristiano Eduardo Frei Montalva, fue financiada íntegramente por los Estados Unidos. El resto, como se ha podido acreditar históricamente (con las revelaciones del Senado estadounidense, por ejemplo), corrió por cuenta de algunas multinacionales como la ITT (International Telephone and Telegraph Company)¹²⁴ y las cupríferas Kennecott (Copper Corporation) y Anaconda (Copper Company) (hoy el Teniente y Chuquicamata)¹²⁵, empresas que, dicho sea de paso, “además de

¹²³Esta investigación llevada a cabo por el Senado estadounidense fue motivada por una serie de reportajes publicados por el periodista Jack Anderson en varios periódicos, en donde, basado en documentos desclasificados, constataba que la ITT había conspirado secretamente con la CIA y el Departamento de Estado para impedir dos meses antes (de la elección) que Allende llegara al gobierno (Klein, 2010: 98). “Lo que más alarmó al Senado fue la relación entre directivos de ITT y el gobierno de los Estados Unidos (...) quedó claro que la ITT participaba directamente en el diseño al más alto nivel de la política estadounidense respecto a Chile” (Klein, 2007: 98).

¹²⁴Un dato muy decidor respecto del rol que jugaron multinacionales como ITT, al menos en esta elección, es el hecho de que antiguos directores de la CIA más tarde terminaron como altos ejecutivos en el Consejo de Dirección de ITT, como es el caso de John McCone, como constan en el Informe Church, en el cual aparece ampliamente citado.

¹²⁵El analista estadounidense Perter Kornbluh, director del Chile Documentation Project del National Security Archive, a partir de material desclasificado, destacaba como el candidato derechista y expresidente de la república Jorge Alessandri “solicitó en 1970 que Anaconda Copper presionara al

proporcionar información y cobertura a la CIA, también participaron en tentativas secretas para influir en la política chilena” (Informe Church, 1975); asimismo por cuenta de algunas casas reales europeas, como la belga y holandesa; de la República Federal Alemana (a través la fundación Conrad Adenauer, de la Unión Demócrata Cristiana de la RFA, y de los obispos alemanes), como del Vaticano, fundamentalmente (Martínez, 2009: 252). *The New York Times* por esos días señaló, además, fondos provenientes de organizaciones católicas holandesas (Cabieses, 1973).

Estamos hablando, efectivamente, de una campaña gigantesca y sin precedentes en costo y en tecnología, pues fueron dispuestos los mayores hallazgos de la comunicación política procedentes del *marketing*, las ciencias sociales (sondeo de opinión) y la publicidad –tal y como la conocemos hoy, estrenada pocos años antes en los EEUU (Maarek, 2009) – y de alrededor de 50 millones de dólares (Garcés, 1976). Sin contar, naturalmente, con los millones de dólares que corrían a raudales a financiar proyectos de cooperación dirigidos a *targets* electorales específicos, a saber, trabajadores, estudiantes, mujeres y pobladores; y a la gran clase media chilena, cual objeto de deseo de este tipo de campaña (Vanaik, 2010). En tales circunstancias, el resultado esperable no podría haber sido otro y otorgó una histórica mayoría absoluta al candidato único de la derecha y el centro político unidos, el democristiano Eduardo Frei Montalva; el que “llegó al 56% y Allende se quedó en el 39%, con casi dos millones y medio de votantes y una participación del 87% de los inscritos y del 62% de la población en edad de votar. La votación femenina de Frei duplicó la de Allende” (Martínez, 2009: 268).

Por otra parte, en 1965-66, ya en pleno gobierno del demócratacristiano Eduardo Frei Montalva y por extensión de la asistencia efectuada a los candidatos derechistas al parlamento, el Informe Church(1975) señala que a CIA estableció un proyecto de operación encubierta para promover la colocación de acciones combinadas de propaganda en los medios de comunicación chilenos, destinado a “orientar a la opinión pública en contra de los partidos y candidatos de la izquierda”. Un “programa” cuyo alcance incluso se proyectó más allá de estos años con “la promoción de temas ‘anticomunistas’ específicamente en contra de la presencia del Bloque Soviético en el país”, principalmente, a cargo de dispositivos radiales y de otros medios de comunicación.

gobierno de Estados Unidos para que le proporcionara apoyo financiero para derrotar a Salvador Allende y Radomiro Tomic”, con motivo de las presidenciales de 1970 (Kornbluh, 2000).

En sentido, resulta revelador el conocido testimonio del entonces embajador estadounidense en Chile, Edward Korry, quien básicamente devela el sencillo –por no decir francamente burdo– contenido de la campaña presidencial del 64, que fundamentalmente apuntaba a “advertir a la población respecto del peligro comunista encarnado por Allende” (Agüero, 2008). El que era presentado como un inescrupuloso y maquiavélico dictador camuflado, que se había aprovechado de la democracia constitucional para llegar al poder e instaurar un régimen policial pro soviético del cual los chilenos jamás podrían escapar (Klein, 2007: 135); y cuya imagen era idéntica a la vieja campaña implementada (por EEUU) en Italia en 1948 y que emplearían inescrupulosamente también en las presidenciales de 1970 (Agüero, 2008): la imagen –fotomontaje– de un tanque soviético apuntando a los chilenos, con una leyenda que señalaba: “En Checoslovaquia tampoco pensaban que esto sucedería”.

Figura 11. Fotomontaje que muestra un tanque soviético frente al Palacio de la Moneda publicado en *El Mercurio* el viernes 12 de julio de 1970, como parte de la campaña presidencial de ese año.



Fuente: Imagen capturada del documental *El diario de Agustín* de Fernando Agüero (2008).

El Informe Hinchey (2000) señala, también, que pese a la implementación de este “proyecto” los éxitos políticos de la izquierda durante este tiempo motivaron que a la CIA se le permitiera durante los años 1968-69 llevar a cabo un conjunto de operaciones propagandísticas adicionales con el fin de incidir en los medios de comunicación chilenos; “esto pasaba por establecer un taller de propaganda y otros mecanismos para la colocación en prensa” (Departament of State, 2000). En paralelo, y a instancias del embajador de los Estados Unidos en Chile, en junio de 1968 la Comisión 303 aprobó un programa de ayuda a candidatos en las elecciones parlamentarias del 69. Programa que, por lo demás, fue evaluado como exitoso, en términos del cumplimiento de los objetivos inmediatos, no obstante –señala el Informe– el resultado definitivo registró un ostensible aumento de escaños por parte de la derecha y de la izquierda.

De tal manera que, en materia de impacto, se tradujo en la evidente polarización de la escena política del país en derechas e izquierdas, con la consecuente derrota para Frei y sus candidatos de la DC; quienes a la postre se transformaron en los verdaderos perdedores de la jornada electoral, lo cual le auguraba un poco auspicioso futuro en las siguientes presidenciales. En este escenario político tuvieron lugar las elecciones presidenciales de 1970, por lo que se trató de poner todo el esfuerzo en este evento electoral. Así lo recuerda en sus memorias el entonces Concejero de Seguridad Nacional del presidente Richard Nixon, Henry Kissinger: “Nuestra ayuda oficial a Chile durante el gobierno de Frei totalizó mucho más de mil millones de dólares, el mayor programa per cápita hasta entonces en América Latina, en parte para fortalecer las fuerzas democráticas contra Allende” (1975: 460).

Fue una pugna en condiciones muy desiguales. Allende tuvo que hacer frente no una campaña sino dos. Por un lado, a una campaña mesiánica que exaltó a Frei como fundador de una “patria joven” y caudillo de una “revolución en libertad”. Por otro, a una campaña que lo diabolizó a él y que sembró un temor duradero en gran parte de la población. Allende, que en política lo había visto todo, podía entender la primera (...) no pudo perdonar la campaña de terror, de la que hizo responsable a Frei, y tuvo razón, porque de aquella campaña vino el viento de pánico que enloqueció a muchos chilenos entre septiembre y noviembre de 1970, y el terror de verdad de septiembre de 1973 (Martínez, 2009: 269).

✓ **FASE II. LAS PRESIDENCIALES DE 1970, EL VIAJE DE AGUSTÍN
Y EL TRACK II Y TRACK I: LOS 60 DÍAS QUE ESTREMECIERON
CHILE (DEL 4 DE SEPTIEMBRE AL 24 DE OCTUBRE DE 1970)**

Habíamos sido incapaces de evitar el acceso de Allende al poder. Estábamos dispuestos a las transacciones, si Allende, contra todo lo que se esperaba, estuviera dispuesto a hacerlas. Pero también estábamos preparados para defender nuestros intereses en el caso más probable de que Allende cumpliera su palabra (Kissinger, 1975: 474).

El camino chileno, limitado en todas partes por obstáculos infernales y legales, fue en todo instante estrictamente constitucional. Mientras tanto, la oligarquía recompuso su traje agujereado y se transformó en facción fascista. El bloqueo norteamericano se hizo más implacable a raíz de la nacionalización del cobre. La ITT, de acuerdo con el ex presidente Frei, echó a la Democracia Cristiana en brazos de la nueva derecha fascista. (...) Después del triunfo de Allende, Frei, un político ambicioso y frío, creyó indispensable una alianza reaccionaria para retornar al poder. Era una mera ilusión, el sueño congelado de una araña política. Su tela no sobrevivirá; de nada le valdrá el golpe de estado que ha propiciado. El fascismo no tolera componendas, sino acatamientos. La figura de Frei se hará cada año más sombría. Y su memoria tendrá que encarar algún día la responsabilidad en el crimen (Neruda, 1974: 470-471).

A diferencia de las presidenciales de 1964, la Comisión 40 en marzo de 1970 definió un cambio de estrategia para enfrentar las presidenciales de ese año y decidió que los Estados Unidos no deberían, esta vez, apoyar a un candidato en particular, como hicieron con Frei Montalva en las presidenciales de 1964, sino orientar toda la artillería pesada “contra la coalición de Unidad Popular que apoyaba al candidato marxista, Salvador Allende” (Operación Ruina) (Informe Church, 1975). En este esfuerzo la CIA invirtió cerca de 2 millones de dólares con el fin de “alterar el resultado de las elecciones presidenciales de 1970. La campaña propagandística a gran escala llevada a cabo por los Estados Unidos fue similar a la de 1964: una victoria de Allende fue equiparada a violencia y represión” (Informe Church, 1975). Una vez más, desde las lejanas e históricas elecciones italianas de 1948, ponían en práctica la consabida “propaganda negra” y el consabido relato de los tanques soviéticos “invadiendo” Santiago.

Por otro lado, tenemos que la presente etapa se inserta en el cambio de la política estadounidense hacia América Latina que anunciara Nixon, en virtud de la cual se pasó a la Acción por el Progreso en reemplazo de la fracasada Alianza para el Progreso de la era Kennedy. No obstante ser breve, fue al tiempo que una prolongación de las parlamentarias del 69, probablemente la más intensa de las tres –con excepción del mismo golpe de Estado–, ya que en un breve espacio de tiempo fue pródiga en todo tipo de acontecimientos e intrigas conspirativas. Periodo que pasó a la historia como lo acuñó algún diario de la época: “los 60 días que estremecieron Chile”. Aunque en concreto estuvo remitido a 59 días corridos entre lo que va del día del triunfo en las urnas de las presidenciales de 1970 –el 4 de septiembre– y el día en que su triunfo fue ratificado por el Congreso Pleno, un 24 de octubre de ese mismo año. Ello acogiendo la voluntad del Congreso Pleno, que, antes de dos meses de cumplida la elección presidencial, tal y como lo mandataba la Constitución de 1925, en virtud de lo dispuesto en los artículos 64 y 65, resolvió la incógnita que produjo el triunfo relativo del candidato de la Unidad Popular (UP) en dicha elección (24 de octubre). El resultado otorgó, de un total de 200 parlamentarios con derecho a voto, 153 votos a favor de Allende, 35 a Alessandri y 7 en blanco; de los cuales hubo cinco ausencias, cuatro por razones médicas y el quinto, correspondió al propio Salvador Allende, “quien de manera elegante optó por seguir la ceremonia desde su casa” (Amorós, 2013: 296).

Concluido el recuento, cerca de las 12 del mediodía, correspondió al presidente del Senado, el senador democristiano Tomás Pablo, tomar la palabra, para espetar solemnemente: “Con motivo de la votación producida, el Congreso Pleno proclama Presidente de la República, para el período comprendido entre el 3 de noviembre de 1970 y 3 de noviembre de 1976, al ciudadano Salvador Allende Gossens. Se levanta la sesión” (TVN, 2008). Se continuaba, así, con una larga tradición republicana de confirmar por el Congreso Pleno, dado que la Carta Fundamental chilena no contemplaba el mecanismo de segunda vuelta electoral, en un plazo no superior a sesenta días de celebradas las elecciones, entre las dos primeras mayorías, al candidato más votado. Una jurisprudencia que se quiso romper a sangre y fuego y que frustró por segunda vez el aparatoso programa de desestabilización de la democracia y el sistema social chileno, el más grande llevado a la práctica por los EEUU en el mundo entero (Informe Church, 1975).

Ahora bien, tal y como ya hemos señalado anteriormente y con algún grado de detalles, este itinerario constitucional culminó de modo impecable, como una gran demostración de civismo por parte de una frágil y longeva democracia chilena, aunque no fue, precisamente, miel sobre hojuelas. Pues, según el Informe Church (1975), desde 1970 el gobierno estadounidense unió, definitivamente, todos sus esfuerzos para, primero, oponerse a la candidatura de Allende y la UP, luego, hacerlo a su gobierno y, posteriormente, empeñarse en su definitivo derrocamiento. En efecto, apenas producido el triunfo de Allende del día 4 de septiembre de 1970, el presidente de los Estados Unidos, Richard Nixon, dio prácticamente de inmediato la orden de evitar a toda costa que Allende asumiera efectivamente la presidencia de Chile, lo cual expresamente incluía la posibilidad cierta de un golpe de Estado.

Ello, como hemos visto, consta fundamentalmente en los testimonios del entonces embajador estadounidense en Santiago de Chile, Edward Korry, y el entonces director de la CIA, Richard Helms¹²⁶, y que hemos citado, con algún grado de detalle más arriba. Esta decisión presidencial, como política de Estado se tradujo en el denominado Fubelt Project¹²⁷ con la aprobación de una partida inicial de 10 millones de dólares para la inmediata puesta en marcha de sus dos primeras etapas, bautizadas como Track II y TrackI¹²⁸ (Haslam, 2005), que contenían todos los componentes clave del mega-plan, a

¹²⁶Puede resultar anecdótico pero dos importantes personajes del golpe fueron periodistas. Este señor fue corresponsal en Europa de AP, al igual que Edward Korry, que fue corresponsal en África de la agencia noticiosa UPI: dos agencias que por lo demás estuvieron fuertemente involucradas en la estrategia de desinformación desplegada contra el gobierno de Salvador Allende.

¹²⁷Criptónimo CIA, son códigos que se han dado a conocer en los documentos desclasificados de la CIA y sobre su significado se tejen muchas hipótesis y especulaciones. Lo que se sabe es que corresponden al plan de "Acciones Encubiertas" desarrolladas por la agencia de inteligencia estadounidense tendientes a socavar el gobierno de Allende y promover el golpe de Estado. También se señala que el dígrafo FU en la jerga de la Agencia aludía a Chile.

¹²⁸En síntesis Track II consistía en "neutralizar" al general constitucionista René Schneider Cherau, Comandante en Jefe del Ejército de Chile, y destituir al presidente electo mediante un golpe de Estado. Track I, desarrollado en paralelo al anterior, tenía como objetivo persuadir al presidente saliente, Eduardo Frei, de que su partido (DC) votara por el candidato Alessandri en Congreso Pleno, quien a su vez, renunciaría entregándole el mando a él, una especie de golpe blanco ("Gambito Frei"). Voluntad que dejó plasmada en una declaración que marcaba claramente la pauta del plan y explícitamente la voluntad de desconocimiento de la larga tradición republicana de ratificación de la primera mayoría por parte del Congreso Pleno, al tiempo que un virtual troteo a Frei a aceptar la jugada. Tradición que, por lo demás, le permitió en las presidenciales de 1952 asumir la presidencia de Chile, aventajando a Salvador Allende por escasos 30.000 votos. En aquella oportunidad señaló: "En caso de ser elegido por el Congreso Pleno, renunciaría al cargo, lo que daría lugar a una nueva elección. Anticipo, desde luego, en forma categórica, que en ella yo no participaría por motivo alguno" (Observador, 1970, págs. 2-5). Posición que abandonó expresamente el 19 de octubre, ante el inminente golpe de Estado que estallaría el 24 de octubre, no sin antes producirse la remoción del cargo de la comandancia en jefe de la Armada al almirante Fernando Porta, por negarse a participar del golpe; cuestión que intentó sin éxito con el general René Schneider y que a la postre le costó la vida a este alto oficial militar (Observador, 1970).

saber, el boicot económico, acciones de terrorismo (reventar la calle) y una profusa campaña desinformativa con una única perspectiva: provocar el caos y el terror en la población (Sigmund, 1974).

La reacción en Washington ante la victoria democrática de Allende fue inmediata. La Comisión 40 se reunió el 8 y 14 de septiembre para discutir qué medidas debían tomarse antes de la votación del congreso el 24 de octubre. El 15 de septiembre, el Presidente Nixon informó al Jefe de la CIA, Richard Helms, que el régimen de Allende en Chile no sería aceptado por los Estados Unidos y dio instrucciones a la CIA para que pasaran a jugar un papel directamente y organizaran un golpe de estado militar en Chile para evitar la llegada de Allende a la presidencia (Church, 1975).

Este enorme esfuerzo de Estado por parte de la administración Nixon, no obstante, tuvo una etapa (cero) previa, la Operación Ruina, que contó con la activa participación y colaboración de varias empresas multinacionales que “se unieron en oposición a la candidatura y más tarde a la presidencia de Salvador Allende” (Informe Church, 1975). Una conexión en torno a la cual el citado informe distingue a su vez dos fases. En la fase I se sitúa la estrategia relativa al boicot económico con la cual se le daba curso a la referida voluntad del presidente Nixon de “*make the Chilean economy scream*” (“hacer aullar la economía chilena”) (Informe Church, 1975). Mientras que “la fase II abarca las relaciones entre las agencias de inteligencia y las corporaciones multinacionales después de las elecciones generales en septiembre de 1970. Durante la Fase II, el gobierno de los Estados Unidos se opuso a Allende y apoyó a elementos de la oposición. El gobierno buscó la cooperación de las corporaciones multinacionales en este esfuerzo” (Informe Church, 1975).

La acción encubierta de “ruina” de los Estados Unidos durante la campaña de 1970 no tuvo éxito: Allende ganó libremente las elecciones del 4 de septiembre. No obstante, la campaña “ruina” tuvo repercusiones importantes. Primero, la “campaña de terror” contribuyó a la polarización política y al pánico financiero en ese periodo. Los temas desarrollados durante la campaña fueron incluso explotados más intensamente durante las semanas posteriores al 4 de septiembre, en un intento de causar suficiente pánico financiero e inestabilidad política para instar al Presidente Frei o a los militares chilenos a entrar en acción (Informe Church, 1975).

Se ha podido acreditar, a partir de los numerosos testimonios y de las fuentes citadas y otros relatos en idéntica dirección, que toda esta maniobra y todo lo obrado en los días posteriores al triunfo de Allende en las urnas hasta el crimen del general Schneider, contó con la connivencia de la entonces saliente administración demócrata de Eduardo Frei; quien, dada la ambigüedad que le caracterizaba, efectivamente estuvo dispuesto “bloquear constitucionalmente” a Allende (“Gambito Frei”), pero al mismo

tiempo hizo claros guiños a la intervención militar, siempre manteniendo a recaudo su pretendida imagen de demócrata ejemplar (U.S. Senate, LXXXIII Congreso, 1973). Ello queda meridianamente en evidencia con el desarrollo de algunas acciones concretas que se llevaron a cabo por esos días, que cuadran de manera milimétrica con el plan desestabilizador puesto en marcha. Por ejemplo, la lectura de un documento de 21 carillas por parte del ministro de Hacienda de dicha administración, Andrés Zaldívar, el día 23 de septiembre de 1970 en cadena nacional de radio y TV. En este documento se vincula, mediante una sorprende relación de lógica causal, tendenciosa y maliciosamente, un eventual desastre económico a partir del resultado en la elección presidencial. Un mensaje que, ante el manejo mañoso de los antecedentes, dejaba de manifiesto que el objetivo no era otro que hacerse eco de la campaña del terror promovida por la CIA: provocar temor y pánico (financiero) en la población (confusión y desorientación en la opinión pública) (Punto Final, 1970).

Estas acciones de la Comisión 40, y el establecimiento de una ínter agencia trabajando en grupo para coordinar abiertamente actividades económicas hacia Chile (compuesta por el Jefe de la CIA de la División del Hemisferio Occidental y representantes del Estado, el NSC, y el Tesoro) afectó negativamente a la economía chilena; generó un gran pánico financiero. Sin embargo, los intentos de los Estados Unidos para generar una crisis económica no tuvieron el impacto deseado en la votación del 24 de octubre, ni tampoco estimularon una intervención militar para evitar el ascenso de Allende (Informe Church, 1975).

Para confirmar aún más la hechura del plan en marcha, la lectura de este mensaje por parte del saliente gobierno vino precedida el domingo 6 de septiembre por una bullada manifestación y desordenes callejeros en los sectores más pudientes de Santiago de Chile, y por una campaña masiva, con amplia difusión mediática, de retiros de fondos de ciertos bancos por parte de importantes hombres de negocios (Punto Final, 1970). Y, coronada, el mismo día 23 de septiembre de la lectura del documento, con un gran acto de masas en el Estadio Chile convocado por el grupo terrorista de extrema derecha Patria y Libertad¹²⁹ (Punto Final, 1970). El Plan daba exitosa y coordinadamente sus articulados primeros pasos (caos callejero, pánico financiero y propaganda negra) al

¹²⁹En la ocasión el principal orador del evento fue el abogado nacionalista Pablo Rodríguez, líder de Patria y Libertad, que habló alto y claro respecto del plan sedicioso en marcha: "Se dice que nosotros la vamos a defender (la libertad) mediante un golpe de Estado. No es cierto, no es cierto señores, la libertad no se va a defender con un golpe de Estado, la libertad se va a defender con un golpe de patriotismo, la libertad se va a defender en que la juventud, en que los hombres, las mujeres y los trabajadores vamos a salir a las calles, vamos a ofrecer nuestras vidas, si ello fuera necesario, porque la libertad tiene que existir en Chile" (Observador, 1970).

tiempo que mostraba todo el rostro y las verdaderas intenciones de los diferentes protagonistas involucrados en él.

Después de las elecciones del 4 de septiembre, el gobierno de los Estados Unidos adoptó una política de presión económica directa contra Chile y en esta línea buscaba ganar la influencia de Geneen [Harold Geneen, Presidente del Consejo de la ITT] sobre otros hombres de negocios americanos. Específicamente el Departamento de Estado fue dirigido por la Comisión 40 a contactar con hombres de negocios americanos que tuvieran intereses en Chile para ver si de esta manera les podían influir en que tomaran acciones de acuerdo con la política de presión económica de los Estados Unidos en Chile. El 29 de septiembre, el Jefe de División del Hemisferio Occidental de la CIA se reunió con un representante de ITT. El oficial de la CIA perseguía que ITT se involucrara de una manera más activa en Chile. De acuerdo con documentos de la CIA, ITT tomó nota de la presentación de guerra económica de la CIA pero no respondió activamente a ello. Una institución Chilena que fue usada dentro de la campaña generalizada contra Allende era la cadena de periódicos EL MERCURIO [destacado del texto original]. Tanto el gobierno de los Estados Unidos como ITT vertían a modo de embudo dinero en las manos de individuos asociados con el periódico. Estas subvenciones continuaron después de que Allende asumiera su cargo (Informe Church, 1975).

Finalmente, podemos señalar que esta etapa del mega-plan culminó en un estrepitoso doble fracaso para sus mentores (tanto Operación Ruina como Track I y Track II), y que tuvo desde el comienzo consecuencias muy trágicas, pues tiñó de sangre el panorama político chileno con sus esperables consecuencias. Pues, la imprecisa idea de la CIA de “neutralizar” –al estilo de secuestro de Aldo Moro por las Brigadas rojas- al comandante en Jefe del Ejército chileno, el jefe máximo de la principal rama de las FF.AA. de este país, el general René Schneider Chereau, terminó el 22 de octubre de 1970 en un tiroteo que finalmente acabó con su vida. Dos días antes de que se pronunciara el Congreso Pleno y al otro día en que Salvador Allende fue ratificado en su triunfo¹³⁰ y dos días más tarde del atentado, el general moría en el Hospital Militar de Santiago de Chile en donde permanecía en estado agónico producto de las graves heridas recibidas en el ataque¹³¹. Ello, en la práctica se convirtió en el

¹³⁰Cabe destacar que hasta el 24 de octubre, fecha en que le tocó ratificar al Congreso Pleno el triunfo de Allende, se produjeron una seguidilla de asaltos bancarios que la prensa insistía en atribuirlos al MIR, algo que tuvo que ser desmentido por la propia dirección política de esta organización izquierdista. Y, además, en Santiago de Chile entre el 3 y el 10 de octubre de 1970 se produjeron más de 20 atentados terroristas. A raíz de las detenciones practicadas todo apuntaba hacia la Armada de Chile y las organizaciones derechistas Democracia Radical y Partido Nacional (Observador, 1970).

¹³¹El *Washington Post* reveló, a los pocos días de ocurrido el magnicidio, que estaba en condiciones de afirmar, a juzgar por las fuentes y contactos de su corresponsal (John Dinges), que en el complot para

primer magnicidio ocurrido en Chile desde el asesinato del ministro Diego Portales por allá por los albores de la República (1837), tal y como lo destaca Régis Debray (1971) en su citado texto conversacional con el presidente Allende. Un hecho que innegablemente marcó un antes y un después en el desarrollo político de Chile y significó, en concreto, la pérdida de la inocencia de los diferentes actores políticos de este país. Ya nada en adelante volvería a ser como antes en este país.

Para el historiador chileno y Premio Nacional de Historia (2006) Gabriel Salazar, en efecto, el origen del conflicto armado y la violencia política y social en Chile se sitúa, precisamente, cuando los Estados Unidos deciden intervenir abiertamente en Chile con el apoyo abierto y masivo a la Democracia Cristiana (DC) con motivo de las presidenciales del año siguiente (1964). El propósito era evitar que triunfara Salvador Allende y que la DC, eventualmente, se aliara con la izquierda. Destaca, asimismo, para dimensionar la magnitud de la operación, que Estados Unidos se gastó en esta empresa entre 1963 y 1970 más de 1.200 millones de dólares, una cifra muy superior a la inversión que hizo esta potencia en Indochina en la Guerra de Vietnam con sus aliados de Vietnam del Sur (BioBioChileTV, 2013); que no obstante se queda corta respecto de las cifra declarada en idéntico sentido por Kissinger en sus memorias.

“Pero, cuando aún así gana Allende en la elección del 70, de ahí en adelante Estados Unidos deja de ayudar [prioritariamente] a la Democracia Cristiana y comienza abiertamente a conspirar con los militares para dar un golpe de Estado, violento y organizado a nivel nacional” (BioBioChileTV, 2013). Por su parte la derecha chilena, nos recuerda una vez más, que nada más triunfó Allende, “Agustín Edwards partió a Washington y provoca una reunión clave con Kissinger y Nixon en la cual éste ordenó el “estrangulamiento” y la destrucción de la economía chilena; mientras que la CIA con grupos de militares golpistas y miembros de un grupo terrorista de ultra derecha, Patria y Libertad, asesinan al comandante en Jefe del Ejército, General René Schneider” (BioBioChileTV, 2013).

A decir verdad, según fuentes desclasificadas y el propio Informe Church (1975), la CIA creí que el éxito del golpe de Estado pasaba por “neutralizar” (si asesinar o secuestra, pues aun no están claras las verdaderas intenciones de que tuvo esta acción)

asesinar al general Schneider aparecían vinculadas altas personalidades del saliente gobierno demócrata cristiano (Observador, 1970).

al general Schneider, lo cual en la práctica resultó ser un enorme error de apreciación, como quedó dramáticamente demostrado. Según John Dinges, en base a la biografía oficial del entonces director de la CIA Richard Helms redactada por Robert Hattaway a partir de un conjunto de entrevistas realizada con él, y que le llegó a sus manos del conocido en el marco de la investigación que está desarrollando sobre el asesinato de Schneider, plantea que existieron tres intentos de asesinar al alto oficial, en el tercero de los cuales lo habrían acribillado (Barón, 2010). En cualquier caso, todo ello se tradujo en una acción criminal cuyos autores fueron rápidamente descubiertos y apresados a las pocas horas de ocurridos los hechos; y lejos de operar como detonante del golpe de Estado en marcha causó tal impacto en sus responsables que terminó por desactivarlos por completo.

En 1970, la CIA se empleó en otro esfuerzo especial, esta vez como respuesta expresa al Presidente Nixon y bajo mandato de no informar a los Departamentos de Estado o Defensa o Embajador acerca del proyecto. Tampoco fue informada la 40 Comisión. La CIA intentó, directamente, fomentar un golpe militar en Chile. Se entregaron tres armas a un grupo de oficiales chilenos que planeaban un golpe. Comenzando con el secuestro del Comandante en Jefe del Ejército chileno René Schneider. Sin embargo, estas armas fueron devueltas. El grupo que protagonizaba el fallido secuestro de Schneider, el cual resultó muerto, aparentemente no era el mismo grupo que recibió las armas de la CIA (Informe Church, 1975).

En conversaciones desclasificadas posteriormente (entre Nixon y Kissinger) con motivo del segundo magnicidio, de un total de tres que implicó todo este proceso en marcha hacia el golpe de Estado definitivo, ocurrido en la persona del que fuera ministro del Interior de Frei Montalva, alto dirigente de su partido (DC) y amigo personal del exmandatario, el ingeniero Edmundo Pérez Zujovic, queda más que probada la participación y autoría de la CIA en el crimen del general Schneider. El asesinato de Pérez Zujovic, en efecto, que fue ampliamente repudiado por la opinión pública y el conjunto de las fuerzas políticas de entonces, fue ejecutado por una dudosa formación ultraizquierdista denominada la VOP (Vanguardia Organizada del Pueblo)¹³² (Martínez, 2009: 332), igual que otras construcciones ficticias del plan como la Brigada Obrero Campesina (Martínez, 2009: 324). Al respecto, el propio gobierno del presidente

¹³²Este absurdo crimen buscaba, como lo señaló en alguna oportunidad el propio Allende, al “Calvo Sotelo” del proceso chileno, pues como destacaron los editoriales de algunos medios de referencia de la época, el crimen era similar al del general Schneider, y “los autores del crimen buscan una ruptura definitiva entre el Presidente Allende y la Democracia Cristiana” (*La Opinión*, 9 de junio de 1971); como efectivamente ocurrió. Por otro lado, es preciso tener en cuenta que, en el material desclasificado, consta que la CIA desde los años 70 había infiltrado a los grupos ultraizquierdistas chilenos, pudiendo perfectamente el VOP ser uno de ellos (Amorós, 2013).

Allende y la UP, apenas unos días después de perpetrado el crimen del alto dirigente de la DC, aseguró directamente, en base a las pesquisas efectuadas por la Policía de Investigaciones, que se trataba de un grupo terrorista infiltrada por la CIA (Amorós, 2013: 373). Algo que, por lo demás, jamás ha sido suficientemente aclarado. No obstante Kissinger, como consta en documentación desclasificada en 1999, del 11 de junio de 1971, en coherencia con el *modus operandi* culpó abiertamente de este crimen al gobierno de Allende (Amorós, 2013: 374).

Finalmente ha quedado suficientemente claro, a la luz del análisis de los hechos y de la amplia información existente, como es el caso de las grabaciones de conversaciones telefónicas de Nixon, que la finalidad política de los tres magnicidios estuvo dirigida contra Allende y la UP. La idea, obviamente, era desprestigiarlos vinculándolos a acciones terroristas que promovían la sedición. En efecto, en una de tales grabaciones telefónicas, Kissinger, con motivo del crimen de Pérez Zujovic, aparece en la práctica reconociendo explícitamente que el crimen del general Schneider fue cometido por ellos, o sea por la CIA. Así queda de manifiesto en el siguiente fragmento transcripto de una de sus tristemente célebres conversaciones telefónicas grabadas:

Kissinger: Los hijos de puta nos están culpando a nosotros.

Haldeman: ¿Culpando a la CIA? [Risas]

Kissinger: Están culpando a la CIA

Nixon: ¿Y por qué demonios lo habríamos asesinado?

Kissinger: Bueno, primero, no pudimos. Estamos—

Nixon: Sí.

Kissinger: La CIA es muy incompetente para hacerlo. Recuerde—

Nixon: Seguro, esa es la mejor parte...

Kissinger: —Cuando trataron de asesinar a alguien, tomó tres intentos— [efectivamente al general Schneider lo intentaron “neutralizar” (asesinar) en tres intentos, los dos primeros fallidos]

Nixon: Sí.

Kissinger: —y después de eso vivió tres semanas [se refiere exagerando al hecho de que el general murió luego de tres días de agonía]¹³³ (Stein, 2010).

¹³³Traducción propia del original de: Kissinger: They're blaming the CIA.

Nixon: Why the hell would we assassinate him?

Kissinger: Well, a) we couldn't. We're—

Nixon: Yeah.

Kissinger: CIA's too incompetent to do it. You remember—

Nixon: Sure, but that's the best thing. [Unclear].

Kissinger: —when they did try to assassinate somebody, it took three attempts—

Nixon: Yeah.

Kissinger: —and he lived for three weeks afterwards]

✓ FASE III: LOS MIL DÍAS DE ALLENDE Y LA UP, DEL 3 DE NOVIEMBRE DEL 70 AL 11 DE SEPTIEMBRE 73

El diario que forma parte de una empresa comercial e industrial, que pertenece a un hombre que arrancó de Chile al día siguiente de la victoria del 4 de septiembre: a un hombre que está empleado como vicepresidente ejecutivo de la Pepsi Cola. Buen puesto encontró, y muy apropiado a sus condiciones. Pues bien, esto debe entenderlo el país. Ese es el diario que día a día, minuto a minuto, siembra el odio desfigurando la imagen de este Gobierno, haciendo creer que aquí las hordas marxistas son las que mandan, que el régimen es totalitario, que el Presidente de la República es un prisionero del Partido Comunista

Discurso del presidente Salvador Allende, 22 de junio de 1973 (Allende, 2007).

Esta última fase en la práctica se remite a los casi mil días del gobierno de Salvador Allende y la Unidad Popular (UP). Y, en los hechos, constituye simplemente una prolongación acentuada de la cara menos amigable del (mega) Plan que se venía aplicando en Chile desde hacía más de una década: **ayuda a los grupos específicos (mujeres, pobladores, estudiantes, trabajadores, comerciantes, transportistas, colegios profesionales, etc.) y a los partidos políticos de oposición (PDC, PN, PR); contacto permanente con las FFAA; boicot económico¹³⁴ y acciones de sabotaje (terrorismo y desorden callejero); todo lo cual estaba suficientemente articulado en una gran campaña propagandística**, dotada de la mejor infraestructura y de una gran cantidad de recursos, destinada a provocar terror en la sociedad chilena (“guerra psicológica”) como preparación del clima propicio para el golpe de Estado. Prueba de ello es que nada más transcurrida la toma de posesión de Salvador Allende “la Comisión 40 aprobó un total de más de siete millones de dólares en apoyo secreto a grupos de oposición en Chile” (Informe Church, 1975).

La idea fue aumentar la presión al máximo sobre el gobierno popular en ejercicio, para evitar su consolidación y reducir su rango de maniobrabilidad a la hora de implementar su programa de gobierno, que por lo demás era juzgado por la administración Nixon como altamente contrario “a los Estados Unidos y a sus intereses

¹³⁴Al respecto resulta muy ilustrativo uno de los pasajes del Informe Church, cuando señala que “la respuesta política del gobierno de los Estados Unidos al régimen de Allende consistió en un tejido de diplomacia, secreto, y hebras militares y económicas. La presión económica exhortada por los Estados Unidos formó una parte importante de la mezcla. Es imposible comprender el efecto de la acción encubierta sin conocer la presión económica que la acompañó” (1975).

en el hemisferio. Este objetivo estaba claramente establecido en el Memorando de la Ejecutiva en Seguridad Nacional (NSDM) 93, emitido en los inicios de noviembre de 1970” (Informe Church, 1975). Al mismo tiempo que, según señala la citada fuente, esta maniobra “era un reflejo de las preocupaciones que sentían en Washington: el deseo de frustrar la experiencia de Allende en el hemisferio Occidental y así limitar su atractivo como modelo a seguir” (Informe Church, 1975).

Según esta misma fuente, Henry Kissinger manifestó las preocupaciones en un informe que dio a conocer a la prensa el 16 de septiembre de 1970 como resultado de la elección de Allende: “Ahora es bastante fácil para uno predecir que si Allende gana [se refiere exactamente al hecho de si era ratificado por parte del Congreso Pleno en su triunfo en las urnas del 4 de septiembre], hay una buena oportunidad para que constituya durante un periodo largo algún tipo de gobierno comunista. En ese caso ustedes lo tendrían no en una isla de la costa que no tiene una relación tradicional y de impacto en Latinoamérica, sino que tendrían un gobierno comunista en uno de los principales países de Latinoamérica (...). Por tanto yo no creo que debiéramos engañarnos a nosotros mismos pensando que la toma de posesión de Allende en Chile no presenta grandes problemas para nosotros, y para las fuerzas democráticas y fuerzas pro-Estados Unidos en Latinoamérica, e incluso para todo el Hemisferio Occidental” (Informe Church, 1975).

En opinión de la Casa Blanca de Nixon —escribe David Schmitz—, ‘Allende amenazaba los intentos globales de Estados Unidos al poner en tela de juicio toda la base ideológica de la política estadounidense en la guerra fría (...) fue la amenaza de un estado socialista instaurado con éxito en Chile, que podría ser un modelo para otras naciones, lo que preocupaba y lo que llevó a la oposición de Estados Unidos’. De hecho, llevó a su intervención directa para establecer y sostener un brutal estado torturador y centro del terrorismo internacional (Chomsky, 2010: 54).

No obstante, la misma fuente en relación a este tema señala que en “la discusión del Presupuesto de Inteligencia Nacional en la Sección IV de este informe, se ve claro que los temores más extremos acerca de los efectos de la elección de Allende eran infundados; nunca hubo un temor importante de la presencia militar soviética; la ‘exportación’ de la revolución de Allende estaba limitada, y su valor como modelo más restringido aún” (Informe Church, 1975). Pero lo cierto, tal y como señala esta fuente citada, una vez más, es que los afanes golpistas no cesaron, prueba de ello es que “durante todo el mandato de Allende, los Estados Unidos mantuvieron estrechos

contactos con las fuerzas armadas Chilenas, tanto a través de la CIA como de los agregados militares” (Informe Church, 1975).

De tal modo que durante estos mil días se fue desplegando implacablemente el itinerario golpista, que había sido trazado incluso con anterioridad a que Allende asumiera el mando de la nación, como hemos podido advertir, a partir de un conjunto de hechos perfectamente concatenados hasta desembocar en la consumación del golpe de Estado, el martes 11 de septiembre de 1973. Un golpe que acabó con la vida del presidente Allende y la de millones de chilenos, y con su experimento político de hacer una revolución socialista en democracia, pluralismo y libertad. Las huellas del trayecto golpista fueron las sempiternas huelgas y las movilizaciones, el desorden callejero (reventar la calle) y acciones de sabotaje (terrorismo); la agudización de la crisis económica y el desabastecimiento, todo ello apoyado en un gran movimiento de masas que estimuló fundamentalmente a las capas medias de la sociedad chilena. Todo ello generó una atmósfera propicia para el golpe, de confusión y caos, con una gran repercusión, al contar con una gran caja de resonancia: la consabida campaña propagandística (“negra”) y desinformativa. Tal y como veremos a continuación.

Uno de los mensajes de más hondo calado en las capas medias de la sociedad chilena de entonces fue que el gobierno suprimiría arbitraria e indiscriminadamente la propiedad privada de los medios de producción y de los medios de consumo, por lo que estos sectores (más pudientes y medios) perderían sus casas, coches y hasta los enseres del hogar, en vez de la expropiación del pequeño sector estratégico de empresas ligadas a las riquezas básicas de la nación, como lo planteaba expresamente el área de propiedad estatal del programa de la UP. “Se llegó al extremo de mandar cartas (apócrifas) a las familias y dueñas de casa de los sectores medios y más pudientes de la sociedad chilena, en las cuales se les solicitaba su disposición a recibir familias con niños allegados de extrema pobreza, supuestamente de parte del gobierno”¹³⁵.

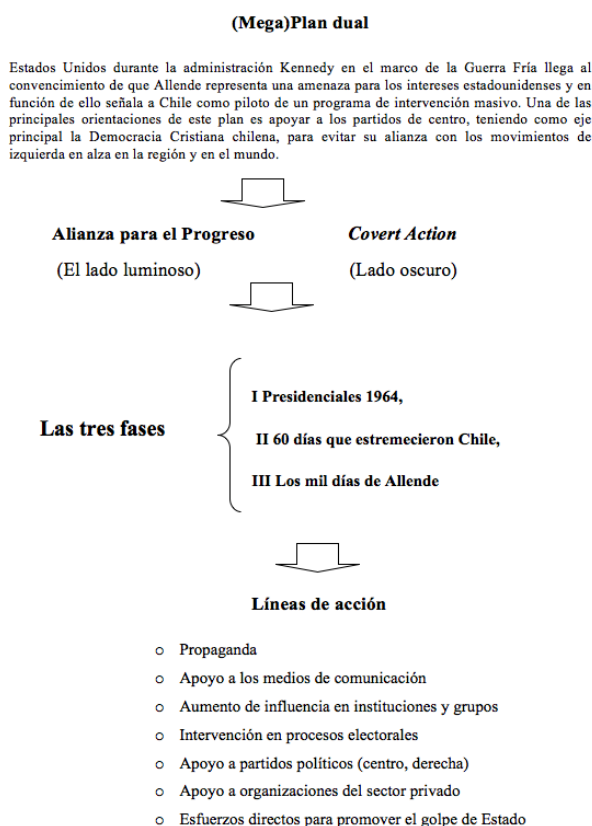
En circunstancias que el programa, básicamente, lo que hacía era redefinir la economía, los medios de producción a partir de tres grandes áreas, una privada, una mixta y una de empresas nacionalizadas: el Área de Propiedad Social; las que en

¹³⁵Entrevista personal con Jesús Manuel Martínez, funcionario del gobierno de la UP (entrevista realizada en agosto de 2010) añadir fecha de la entrevista). A él le correspondió ejercer funciones como directivo en la Editorial Quimantú y en Chile Films, dos de los grandes proyectos culturales del gobierno del presidente Salvador Allende. Es autor del ensayo biográfico *Salvador Allende* (2009), Premio Jovellanos 2010, que hemos citado ampliamente en este estudio.

definitiva no eran más de 150 empresas de un conjunto de más de 3.000 firmas industriales existentes repartidas en todo el espectro de actividades económicas, entre las cuales se contaban las empresas de la gran minería del cobre (Amorós, 2013: 317). Algo que, por lo demás, plantea cualquier país socialdemócrata que se precie de tal, dada la sostenibilidad de su Estado del bienestar.

No pueden argumentar que fueron las políticas de la Unidad Popular o el Gobierno específico de Allende el que “desquició” (...) la democracia chilena, lo que “provocó” la reacción de los estadounidenses, los verdaderos “causantes” de las atrocidades perpetradas por Pinochet y sus generales. La agresión contra Allende respondió, fundamentalmente, a la guerra fría, a la paranoia política de los Estados Unidos y a la frivolidad de los políticos chilenos de centro y de derecha. La guerra fría quedó declarada desde la guerra de Corea y se exacerbó con la Revolución Cubana y la “crisis de los misiles” del año 62. Por eso el trabajo antiizquierdista de la CIA en Chile comenzó a fines de los años cincuenta y se institucionalizó –como lo dice claramente el documento Covert Action Chile– desde 1963. En consecuencia, el crecimiento del liderazgo de Allende en la clase popular y en buena parte de la clase media, que se evidenció en las espectaculares votaciones de Salvador en 1958 y 1964, tenía que llevar –y llevó– la paranoia de sus enemigos hasta el umbral de la criminalidad (Carlos Altamirano, citado en Salazar, 2010: 322).

Figura 12. Diagrama megaplan



Fuente: Elaboración propia.

3.1.1.4. LOS COMPONENTES Y DISPOSITIVOS: LA PAUTA DESINFORMATIVA

“a) Reunir información sobre oficiales de mentalidad golpista. b) Crear un clima de golpe mediante propaganda, desinformación y actividades terroristas dirigidas a provocar a la izquierda para tener un pretexto para un golpe”.

Cable 611, Hq. Enviado desde Washington a la Estación de la CIA en Santiago de Chile el 7 octubre 1970, (citado en U.S.Government, 1975: 234).

En esta parte, al margen de lo que ya hemos adelantado y a riesgo de repetirnos en algunos aspectos, siguiendo cada una de las fases, de lo que hemos llamado la cara menos amable del (mega) Plan, quisiéramos explicitar un poco más los componentes involucrados en éste. En relación a la primera de las tres fases, cabría señalar que dada la magnitud y espectacularidad de la campaña presidencial de 1964, ésta fue muy variada y versátil en términos de componentes y, en consecuencia, su impacto se hizo extensivo a amplios sectores de la sociedad chilena en la perspectiva del fortalecimiento de los grupos afines a la candidatura de Frei, *ergo* contrarios a la de Allende (Informe Church, 1975). Aunque se dejó sentir, prioritariamente, en los procesos electorales de las parlamentarias de marzo de 1965 y en las legislativas de julio de 1968, teniendo como destinatarios las capas medias de la población y los grupos prioritarios definidos por el plan.

La infraestructura para las elecciones se cimentó rápidamente en 1961 estableciendo relaciones operativas con los partidos políticos claves y elaborando propaganda y mecanismos de organización para captar la influencia en los sectores claves de la población. Los proyectos que habían sido dirigidos desde 1950 entre los campesinos, ciudadanos de barrios marginales, trabajadores organizados, estudiantes y los medios de comunicación proporcionaban una base firme para la futura acción pre-electoral encubierta (Informe Church, 1975).

Según este citado informe, la campaña propagandística y desinformativa tuvo un potente componente internacional a partir de una serie de contenidos que luego eran reproducidos en Chile. Por ejemplo: “Los periódicos chilenos informaban: un apoyo a Frei por la hermana de un líder latinoamericano, una carta pública de un antiguo presidente exiliado en los Estados Unidos, un ‘mensaje de las mujeres venezolanas’; y unas advertencias sobre una victoria de Allende de varias figuras en gobiernos militares de Latinoamérica” (Informe Church, 1975). En este mismo sentido operaron con una carta pastoral del Papa Pío XII reproducida en cientos de miles de ejemplares que la DC

distribuyó en organizaciones cristianas de base con la leyenda: “Impresas privadamente por ciudadanos sin filiación política”, como recuerda el destacado dirigente de la UP y Secretario General del PS, Carlos Altamirano Orrego (Salazar, 2010: 303-304).

Asimismo, la CIA desarrolló acciones electorales al margen de los lineamientos de la campaña demócrata cristiana propiamente tal, dirigida a targets específicos, tales como: pobladores de barrios marginales, campesinos, trabajadores organizados y disidentes socialistas (Informe Church, 1975). Como asimismo “se dio apoyo a miembros anticomunistas del Partido Radical en sus empeños para lograr posiciones de influencia en la jerarquía partidista, y para evitar que el partido enfocara su apoyo hacia Allende” (Informe Church, 1975).

Un proyecto, desarrollado con anterioridad a las elecciones de 1964 para reforzar el apoyo a los demócratas cristianos entre los campesinos y población de zonas marginales, continuó para ayudar, entrenar y organizar “anticomunistas” en estos y otros sectores, hasta el desenmascaramiento público de las subvenciones de la CIA en 1967 que forzaron su fin. Un proyecto para competir organizacionalmente con los Marxistas entre los ciudadanos pobres de Santiago se inició poco después de las elecciones de 1964, y terminó a mediados de 1969 porque el agente principal fue forzado a perjudicar la postura independiente de la organización al usarlo masivamente para orientar el voto en las elecciones presidenciales de 1969 y 1970. A mediados de los años 60, la CIA apoyó a un grupo de mujeres anticomunistas activas cultural y políticamente en Chile. Dos proyectos infiltraron la organización obrera de Chile (Informe Church, 1975).

En lo que respecta a la estructura de funcionamiento de esta campaña electoral pro DC, operativamente, fue manejada directamente desde Washington por una comisión (electoral), que coordinaba las relaciones con los altos mandos, la campaña y otras agencias; y estaba “formada por el Ayudante a la Secretaría de Estado para asuntos Inter-Americanos, Thomas Mann; el Jefe de la División de la CIA para el hemisferio occidental, Desmond Fitzgerald; Ralph Dungan y McGeorge Bundy de la Casa Blanca, y el Presidente de la División Branch Four, que tiene jurisdicción sobre Chile. Este grupo estaba en contacto muy cercano con la oficina del Departamento de Estado de asuntos bolivianos y chilenos” (Informe Church, 1975). Mientras que en Santiago de Chile su contraparte de rigor estaba integrada por el “Jefe suplente de la Misión, el Jefe de la Central de la CIA, y los mandos de las divisiones políticas y económicas, así como el Embajador” (Informe Church, 1975).

La campaña propagandística fue enorme. Durante la primera semana de intensa actividad propagandística (la tercera semana de junio de 1964), un grupo de

propaganda financiado por la CIA insertó veinte anuncios diarios en la radio de Santiago y en 44 emisoras provinciales; doce minutos de informativos cinco veces al día en tres emisoras de Santiago y 24 salidas provinciales; miles de dibujos, y muchos anuncios en prensa. Al final de junio, el grupo producía 27 noticiarios radiofónicos en Santiago y provincias, 26 programas de “coloquios” semanales, distribuía 3.000 carteles diariamente. La CIA se refería a la campaña de alarma anticomunista como la actividad más efectiva dirigida por los Estados Unidos a favor del candidato demócrata cristiano (Informe Church, 1975).

En este periodo, como se puede advertir, al margen del programa de intervención de varios de medios de comunicación, se “apoyó actividades de propaganda anticomunista a través de carteles pegados en los muros atribuidos a grupos ficticios, campañas de octavillas e interpelaciones maliciosas en público” (Informe Church, 1975). De los programas de comunicación apoyados, uno de ellos provenía de principios de los años 50 con el manejo de los servicios telegráficos, mientras que otro formaba parte del despliegue electoral de la presidenciales de 1964. Un tercero utilizó “a un colaborador que dirigía un programa regular de entrevistas políticas atacando a los partidos de la izquierda y apoyando a los candidatos que la CIA había elegido” (Informe Church, 1975).

Después de la invasión soviética a Checoslovaquia, este peón organizó una marcha a la embajada soviética la cual tuvo una cobertura de la policía y un amplio seguimiento por parte de los medios de comunicación. Otros colaboradores buscados para este proyecto insertaban editoriales con la posición de la CIA casi a diario en *El Mercurio*, uno de los principales periódicos de Chile y, después de 1968, ejercían un control sustancial sobre los contenidos de los artículos de la sección internacional (Informe Church, 1975).

Asimismo, señala la citada fuente que apoyaron a “un periódico semanal de derechas, que era un instrumento de la campaña contra Allende durante y con posterioridad a la campaña electoral de 1970” (Informe Church, 1975). La CIA, como hemos señalado, debido a que las prácticas de Acción Encubierta fueron tan vastas como para influir directamente en amplios sectores de la sociedad chilena, “también mantuvo lazos secretos con los servicios de inteligencia y seguridad interna de Chile, tanto civiles como militares” (Informe Church, 1975), como asimismo infiltró a la potente y unificada sindical obrera de Chile (Central Única de Trabajadores, CUT). Por último, en relación a esta fase, el Informe Church evalúa positivamente el efecto propagandístico de sus programas, señalando que “probablemente tuvieron un substancial efecto acumulativo durante estos años, ambos ayudaron a polarizar la opinión pública respecto de la amenaza planteada por los comunistas y otros

izquierdistas, y en un mantenimiento y extensión de la capacidad propagandística” (Informe Church, 1975).

Los mecanismos de propaganda desarrollados durante los años 60 estuvieron prestos para ser utilizados en la campaña electoral de 1970. No obstante, en un país donde nacionalismo, “independencia económica”, y “anti-imperialismo” reclamaban el apoyo internacional, las persistentes aseveraciones por las cuales demócrata-cristianos, otros partidos de centro y la derecha estaban vinculados a la CIA pudieron haber jugado un papel en la reducción del apoyo popular que estos recibían (Informe Church, 1975).

En primera lugar, con motivo de la segunda fase habría que señalar que aquí, como en todas las anteriores, al ser el programa propagandístico y desinformativo transversal a todo el resto del plan, también fue neurálgico; más aún, fue su articulador y resonador; en función de lo cual, por ejemplo, las “predicciones de colapso económico bajo la administración de Allende” (Operación Ruina) fueron creadas y colocadas por las CIA en diferentes medios de comunicación (periódicos) europeos y latinoamericanos y con un fuerte impacto en los medios chilenos. Una muestra del programa propagandístico y desinformativo aparece el siguiente pasaje del citado informe:

En respuesta a las críticas del candidato Allende en *El Mercurio*, la CIA a través de sus resortes de acción encubierta, orquestó cables de apoyo y protestas de periódicos extranjeros, una protesta que venía de una asociación de prensa internacional, y cobertura en el extranjero de la protesta de la asociación. Además, periodistas -agentes y otros- viajaron a Chile para transmitir desde el mismo lugar de la escena. Hacia el 28 de septiembre, la CIA tenía agentes que eran periodistas de diez países diferentes allí o camino de Chile. Este grupo se complementaba con ocho periodistas en más de cinco países bajo dirección de agentes de alto nivel que estaban, en su mayor parte, altamente capacitados en la dirección de los medios de comunicación (Informe Church, 1975).

La citada fuente señala, también, que la CIA en Chile disponía además de recursos propios para generar propaganda y desinformación contra Allende: “apoyo a prensa clandestina; ubicación de artículos de noticias específicos a través de agentes; financiación de un pequeño periódico; subvenciones indirectas de Patria y Libertad, un grupo fuertemente enfrentado con Allende, y sus programas de radio, anuncios políticos y reuniones políticas; y envíos postales directos de artículos extranjeros a Frei, su mujer, dirigentes elegidos, y la prensa nacional chilena” (Informe Church, 1975). Asimismo, eran suministrados permanentemente sendos “argumentarios”, al más puro estilo Comité Creel, elaborados por ellos mismos a los diferentes periodistas estadounidenses.

En relación a este hecho, señala, además, una anécdota muy decidora y digna de ser tenida en consideración:

Una historia secreta de *Time* fue considerada particularmente notable. De acuerdo con documentos de la CIA, el corresponsal de *Time* en Chile aparentemente había aceptado sin cuestionarlo las declaraciones de moderación y constitucionalidad de Allende. Informes solicitados por *Time* y proporcionados por la CIA en Washington, generaron un cambio en la orientación y de la extensión básica del relato de *Time* acerca de la victoria de Allende del 4 de septiembre (Informe Church, 1975).

En este mismo sentido, cabe precisar que prácticamente todos los esfuerzos propagandísticos desarrollados con motivo de la fase anterior (una “campana de terror”, basada en los mismos planteamientos que el programa de elección presidencial de 1964) fueron utilizados íntegramente en los acontecimientos que rodearon la elección presidencial del 70; de tal modo que, en términos de mensaje, “la campana propagandística a gran escala llevada a cabo por los Estados Unidos fue similar a la de 1964: una victoria de Allende fue equiparada a violencia y represión estalinista” (Informe Church, 1975).

De tal modo que en el cumplimiento de los objetivos de Operación Ruina “la CIA usó media docena de proyectos de acción encubierta. Esos proyectos se focalizaron en una intensa campana propagandística la cual utilizó virtualmente todos los medios de comunicación en Chile colocando artículos y contestaciones en la prensa internacional. Las inserciones de propaganda se consiguieron a través de subvenciones a grupos de mujeres del ala derecha y grupos de ‘acción cívica’, al estilo de las presidenciales de 1964. Sin embargo, contrariamente al 1964, la operación de 1970 no incluyó amplios sondeos electorales, organización de bases, o trabajos en ‘desarrollo comunitario’, ni como se ha mencionado, subvenciones directas a ningún candidato” (Informe Church, 1975).

Además de la masiva campana propagandística, la acción de la CIA anterior a las elecciones incluía acciones políticas dirigidas a los disidentes del no-marxista Partido Radical y a reducir el número de votos dirigidos al candidato de la coalición Unidad Popular. También, se usó en 1970 “propaganda negra”—material supuestamente realizado por otro grupo— para crear desavenencias entre comunistas y socialistas, y entre la confederación nacional obrera y el Partido Comunista Chileno (Informe Church, 1975). Dado que en la operación de propaganda desarrollada para las elecciones de 1970, la CIA empleó igualmente los mecanismos y dispositivos desarrollados con

anterioridad, uno de los cuales, profusamente empleado en las parlamentarias de 1969, consistió en la producción “de cientos de miles de impresos de gran calidad, desde carteles y octavillas, folletos y estampados, hasta llevar a cabo un extenso programa de propaganda a través de radio y salidas en prensa” (Informe Church, 1975). Junto al apoyo “a un grupo editorial que proporcionaba artículos políticos, editoriales, y crónicas nuevas para ser colocadas en prensa y radio; un servicio para colocar artículos anti-comunistas en prensa y radio; y tres diferentes servicios de noticias” (Informe Church, 1975).

Había una amplia variedad de productos propagandísticos: se envió un boletín informativo por correo a aproximadamente a dos mil periodistas, académicos, políticos, y otros creadores de opinión; un libreto que mostraba cómo sería la vida si Allende ganaba las elecciones presidenciales; traducción y distribución de crónicas de oposición al régimen soviético; distribución de carteles y equipos de pintadas. Los equipos que hacían pintadas tenían instrucciones de pintar el eslogan “su paredón” en 2.000 muros, evocando una imagen de los pelotones de fusilamiento comunistas. La “campana de terror” explotó la violencia de la invasión a Checoslovaquia con fotografías grandes de Praga y de tanques en el centro de Santiago. Otros carteles recordaban a los usados en 1964, mostrando prisioneros políticos cubanos ante el pelotón de fusilamiento, y avisando de que una victoria de Allende significaría el fin de la religión y la vida familiar en Chile (Informe Church, 1975).

Existió, además, un proyecto en el cual se pagaba a colaboradores individuales en prensa. Uno de ellos fue el destinado a divulgación de nivel nacional de entrevistas internacionales financiado “por la CIA desde 1965 y continuó haciendo propaganda para la CIA durante la presidencia de Allende” (Informe Church, 1975). Otro, mediante agentes empleados del diario *El Mercurio*, “facilitó que la Central generara más de una edición al día guiada por la CIA. El acceso a *El Mercurio* tenía múltiples efectos, desde que sus ediciones eran leídas en todo el país y en varios noticiarios de radio de nivel nacional. Además, *El Mercurio* era uno de los más influyentes periódicos de Latinoamérica, especialmente en círculos empresariales del extranjero. Un proyecto que colocó en radio y prensa artículos anti-comunistas consiguió en 1970 una cuota de audiencia de más de cinco millones de personas” (Informe Church, 1975).

Ahora bien, esta fase el mega-plan experimentó el comentado golpe de timón a partir de la implementación de un nuevo programa de “cooperación”, Acción para el Progreso, con el que la administración Nixon dejaba atrás la fracasada Alianza para el Progreso de la era Kennedy; y del giro estratégico(electoral) que vino también de la mano de la decisión táctica de no apoyar a ningún candidato en las presidenciales de 1970, sino centrar toda la artillería pesada única y exclusivamente en la Unidad Popular (UP) y su líder, Salvador Allende. Lo cual, fue implementado, al margen de la infaltable campaña propagandística de rigor, a partir de la referida Operación Ruina, en donde el énfasis fundamental fue el sabotaje económico, como ya hemos indicado. Más tarde, ante el eminente fracaso tal operación, se empleó como componente central que la mezcla de las dos consabidas articulaciones desestabilizadoras: el *lobby* político (militar) y las acciones de sabotaje y terrorismo, de lo cual dan cuenta, precisamente, los referidos Track I y Track II de Fulber Project (Kornbluh, 2000). Un potente y sangriento cóctel (con acciones de sabataje y terrorismo) que tampoco rindió los resultados esperados finalmente.

El 25 de marzo de 1970 la Comisión 40 aprobó una propuesta conjunta Embajada/CIA recomendando que las operaciones de “ruina” - propaganda y otras actividades se llevaran a cabo por la CIA en un intento para impedir la victoria electoral de Allende. No se elaboró apoyo directo a ninguno de sus oponentes (Church, 1975).

Para hacernos una idea de la envergadura que adquirió el componente sangriento en esta fase del Plan, habría que señalar que entre el 3 y el 10 de octubre de 1970 se registraron más de 20 atentados terroristas, y que a raíz de las detenciones practicadas todo apuntaba hacia la Armada de Chile, la rama de las fuerzas armadas (FFAA) que a la postre resultó ser la promotora y articuladora del golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973, y a las organizaciones derechistas Democracia Radical (DC) y Partido Nacional (PN) (Varas, 1972; García, 1970), a juzgar por los nombres de los personajes que salieron a flote y que fueron consignados por la prensa de la época (Punto Final, 1970). Por si fuera poco, hasta el 24 de octubre de 1970, fecha en la cual fue ratificado por el Congreso Pleno el triunfo de Allende del 4 de septiembre, junto a la seguidilla de asaltos bancarios (de sospechosa autoría), que la prensa insistía en atribuírselos al MIR (Movimiento de Izquierda Revolucionaria). Algo que tuvo que ser desmentido por la propia dirección política de esta organización izquierdista como quedó reflejado en la prensa de la época (Observador, 1970).

En lo que respecta a la última fase, igualmente, siguiendo la fuente reiteradamente citada, habría que señalar que primeramente la “campaña de terror” contribuyó de manera decisiva a la polarización política y al pánico financiero en ese periodo, dos componentes clave en el desenlace de toda esta historia. Los temas desarrollados durante la campaña fueron incluso explotados más intensamente que durante las semanas posteriores al 4 de septiembre, cuando se intentó “causar suficiente pánico financiero e inestabilidad política para instar al Presidente Frei o a los militares chilenos a entrar en acción” (Informe Church, 1975). De ello da cuenta el siguiente fragmento de otro de los memorándum de la ITT, fechado el 29 de septiembre de 1970: “Una esperanza más realista entre los que desean detener a Allende es que una economía en rápido deterioro (corridas bancarias, quiebras de fábricas, etc.) provoque una ola de violencias que resulte en un golpe militar” (U.S. Senate, LXXXIII Congreso, 1973: 623-624).

No obstante, como ya hemos señalado, al calor de los acontecimientos existen evidencias concretas de que el gobierno saliente estuvo más involucrado de lo que se ha hecho creer a la opinión pública en esta fase del plan de desestabilización, de hecho el propio presidente Allende llegó al convencimiento pleno de estas circunstancias con posterioridad al asesinato del general Schneider (Martínez, 2009); como asimismo, se hizo también evidente la participación de la CIA en todo ello, de lo cual dan cuenta las palabras de Carlos Altamirano (Salazar, 2010).

Muchos de los agentes relacionados con la campaña contra Allende se volvieron tan visibles que su utilización quedó limitada posteriormente. Varios de ellos abandonaron Chile. Cuando Allende tomó su cargo, pocos aparatos de propaganda subvencionados por la CIA quedaron en activo. No obstante, permaneció un núcleo, suficiente para permitir una voz de oposición contra Allende con efectividad incluso antes de que el nuevo Presidente fuera proclamado oficialmente (Informe Church, 1975).

Se desprende, claramente, de lo anterior, que durante esta fase del plan el tercer componente neurálgico (boicot económico) jugó un rol preponderante especialmente a partir de las huelgas de los mineros, los transportistas y el desabastecimiento: “la presión económica, tanto manifiesta como encubierta, intentando exacerbar las dificultades en que estaba la economía chilena” (Informe Church, 1975). Lo cual se intensificó, por el hecho de que los Estados Unidos restringieron muy severamente, como era de suponer, toda clase de la ayuda económica. “Negaron créditos, e hicieron

esfuerzos –parcialmente satisfactorios– para conseguir la cooperación de las instituciones financieras internacionales y la empresa privada, apretando la ‘oprimida’ economía de Chile” (Informe Church, 1975). El efecto, la “opresión” (internacional) vino a reforzar las duras medidas económicas implementadas por grupos de la oposición chilena, especialmente, “las dañinas huelgas en los sectores del transporte y la minería. Por ejemplo, los efectos combinados de la restricción del crédito internacional y las huelgas nacionales en el sector del cobre fueron devastadoras para el intercambio exterior de Chile” (Informe Church, 1975). La importancia y el impacto del estrangulamiento económico que fue practicado entonces, quedan de manifiesto en la siguiente cita del Informe Church:

La respuesta política del gobierno de los Estados Unidos al régimen de Allende consistió en un tejido de diplomacia, secreto, y hebras militares y económicas. La presión económica exhortada por los Estados Unidos formó una parte importante de la mezcla. Es imposible comprender el efecto de la acción encubierta sin conocer la presión económica que la acompañó (Informe Church, 1975).

Ahora bien, el enorme éxito de este boicot económico debe ser interpretado y analizado, necesariamente, a la luz del enorme control que los Estados Unidos tenían respecto de diferentes instituciones financieras internacionales (y de los grandes lazos de dependencia de la economía chilena con el centro imperialista¹³⁶) que les permitió, además, frenar abrupta y eficientemente “el flujo de nuevos créditos multilaterales u otras ayudas financieras” (Informe Church, 1975). En cambio, como era de suponer, también no solo se mantuvo sino que aumentó la ayuda financiera al mundo militar y a las inversiones privadas de este país en Chile. En este sentido, ciertas cifras que maneja el Informe Church son tan contundentes como elocuentes al respecto: “La ayuda bilateral de los Estados Unidos, \$35 millones en 1969, fue de \$1,5 millón en 1971 [Ver Tabla 4]. Los créditos bancarios de exportación-importación, los cuales habían totalizado \$234 millones en 1967 y \$29 millones en 1969, bajaron a cero en 1971. Préstamos del Banco de Desarrollo Interamericano (BDI), en el cual los Estados Unidos mantenían lo que significaba un veto, habían totalizado \$46 millones en 1970; bajaron hasta \$2 millones en 1972 (cifras de los Estados Unidos AID)” (Informe Church, 1975).

¹³⁶Tal y como lo señala el informe *Dependencia e inversión extranjera* de Orlando Caputo y Roberto Pizarro publicado por el Centro de Estudios Socio-Económicos (CESO) de la Universidad de Chile (1970), en cuyas conclusiones centrales señala que el capital extranjero representa una clara forma de intensificación de los lazos de dependencia con el centro imperialista, lejos de constituir un factor vital en el proceso de desarrollo, como señalan los desarrollistas, lo cual se traduce en un proceso de desnacionalización y descapitalización creciente de la economía chilena.

Tabla 5. Ayuda Exterior a Chile de Agencias del Gobierno de los Estados y otras Instituciones - Total de Préstamos y Donaciones (En Millones De Dólares)

Año Fiscal	53-61	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Total Ayuda Económica E.U.	339.7	169.8	85.3	127.1	130.4	111.9	260.4	97.1	8.8	29.6	8.6	7.4	3.8	9.8
Ayuda E.U.	76.4	142.7	41.3	78.9	99.5	93.2	15.5	57.9	35.4	18.0	1.5	1.0	.8	5.3
Alimentos para la Paz E.U.	94.2	6.6	22.0	26.9	14.2	14.4	7.9	23.0	15.0	7.2	6.3	5.9	2.5	3.2
Export-Import Bancaria	169.0	.8	16.2	15.3	8.2	.1	234.6	14.2	28.7	3.3	-----	1.6	3.1	(1) 98.1
Total E.U. Ayuda Militar	41.8	17.8	30.6	9.0	9.9	10.1	4.1	7.8	11.8	.8	5.7	12.3	15.0	15.9
Total E.U. ayuda económica y militar	381.5	187.6	115.9	136.1	140.3	122.0	264.5	104.9	91.8	30.4	14.3	(2) 21.3	(2) 21.9	(2) 123.8
Total organizaciones internacionales (3)	135.4	18.7	31.2	41.4	12.4	72.0	93.8	19.4	49.0	76.4	15.4	(2) 8.2	9.4	111.2
IBRD (Banco Mundial)	95.2	-----	-----	22.6	4.4	2.7	60.0	-----	11.6	19.3	-----	-----	-----	13.5
Banco Inter-Americano de Desarrollo (IDB).	5.7	15.1	24.4	16.6	4.9	62.2	31.0	16.5	31.9	45.6	12.0	2.1	5.2	973

(1) Incluye Exp-Imp: 57.0 y otros: 41.1.

(2) Total por cuadro más Banco de Importaciones y Exportaciones.

(3) Contribuciones de los Estados Unidos a Organizaciones Internacionales incluido arriba. Por tanto ayuda de los Estados Unidos y ayuda internacional no deberían ser sumadas.

Fuente: Informe Church, 1975.

De tal modo, habría que señalar que, al igual que las otras líneas de acción del plan, “la política económica exterior de los Estados Unidos hacia el gobierno de Allende fue gestada en los más altos niveles del gobierno de los Estados Unidos, y coordinada por grupos de trabajo inter-agencias”, en la cual participaban directamente el Departamento de Estado, la CIA y el Departamento de Comercio y el Departamento del Tesoro, prioritariamente (Informe Church, 1975); y su rol básicamente consistía en instruir a los representantes estadounidenses en las diferentes instituciones multilaterales de crédito. Otro de los datos reveladores existentes sobre el particular señala que “en el IDB, por ejemplo, los Estados Unidos controlaban el 40 por ciento de los votos, suficientes para vetar cualquier préstamo ‘blando’ del IDB” (Informe Church, 1975).

Lo anterior quedó de manifiesto en una parte de la serie de cuatro entrevista que hiciera en 1977 en exclusiva el periodista estadounidense David Frost al depuesto

presidente Richard Nixon, cuando le pregunta: “¿Qué tenía usted en mente para Chile cuando dijo que quería que la CIA y los americanos hablasen alto y claro de economía?”. A lo que Nixon directamente respondió: “A Chile le interesa obtener créditos de organizaciones internacionales en las que nuestro país tiene derecho de voto y he señalado que en todo aquello en que esté involucrado Chile, a menos que haya argumentos de peso en contra de ello, nosotros votaremos no” (RTVE, 2013). Algo que por lo demás, está contenido en la malsonante orden que emitió Nixon el 15 de septiembre de 1970 cuando ordenó el comentado “hacer gritar a la economía”, en el marco de Track II y Operación Ruina. Y por si cupiera alguna duda al respecto, tenemos que “una semana más tarde el embajador Korrry informó diciéndole a Frei, a través de su ministro de defensa, que ‘ni un solo tornillo o tuerca se permitirá que llegue a Chile bajo el gobierno de Allende’” (Informe Church, 1975). Por lo demás, en este último episodio, se advierte, una vez más, la evidente conexión existente entre el gobierno democristiano saliendo y el complot, desde el minuto cero.

La postura del Banco de Exportación-Importación, una institución pública de los Estados Unidos, refleja el tono de la política económica de los Estados Unidos hacia Chile durante el periodo de Allende. En el otoño de 1970, el Banco desplazó la categoría en créditos de Chile de "B", la segunda categoría, a "D", la última categoría. Debido a que este baremo servía para evaluaciones semejantes que se efectuaban por bancos privados, corporaciones, e inversores privados internacionales, ello agravó el problema de Chile para atraer y retener el flujo de capital a través de inversiones extranjeras (Informe Church, 1975).

No obstante, al margen del esfuerzo destinado al boicot económico, tal y como señala el Informe Church, se continuó, como es lógico, con el apoyo a los partidos políticos de oposición (posibilitando, con los aportes de 1971, por ejemplo, que estas formaciones políticas adquirieran sus propios medios de comunicación y, además, en el caso de la derecha, articularan sus grupos armados de combate) y al sector privado. No obstante, “se ha hecho hincapié en que la CIA no tuvo nada que ver con la huelga de camioneros y los desórdenes que llevaron al golpe. La cuestión del apoyo de la CIA a grupos del sector privado es un asunto de considerable importancia dadas las tácticas violentas usadas por varios de estos grupos en sus acciones para producir una intervención militar” (Informe Church, 1975). Los que como se pudo advertir, con motivo de los casi sesenta días con posterioridad al triunfo de Allende del 4 de septiembre, en muchos casos estaban involucrados en tales escaramuzas hasta con las

propias FFAA, al margen de los partidos de derecha y algún sector dominante de la DC; con lo cual queda de manifiesto el importante programa de ayuda militar.

La estrecha cooperación personal y profesional entre los oficiales chilenos y americanos tiene una extensa tradición. La presencia de militares americanos en Chile era importante, formada por agregados militares, la Embajada, y miembros del Grupo Militar que proporcionaba entrenamiento y asistencia a los servicios del ejército chileno (Informe Church, 1975).

En este tema, a nivel de dispositivo, teniendo la penetración militar como fin último el golpe de Estado, durante los años “1970-1973, la Central recogió información operacional necesaria en el caso de un golpe –listas de arrestos, instalaciones civiles claves y personal que necesitaría protección, instalaciones gubernamentales claves que podrían ser necesarias para tomar el control, y planes de contingencia del gobierno que serían usados en caso de un levantamiento militar” (Informe Church, 1975).

Tabla 6. Ayuda militar estadounidense a militares chilenos

Año Fiscal	Programado	Realizado
1966	\$ 8.806.000	\$ 8.366.000
1967	4.143.000	4.766.000
1968	1.801.000	7.507.000
1969	734.000	2.662.000
1970	852.000	1.966.000
1971	698.000	1.033.000
1972	870.000	2.227.000
1973	941.000	918.000
1974	912.000	619.000

Nota: Las cifras son del Departamento de Defensa en respuesta a una demanda de documentación de la Comisión Elegida del Senado y no están clasificadas. Fuente: Informe Church, 1975.

Tabla 7. Ventas Militares de EEUU a Chile

Año Fiscal	Pedidos	Entregas
1966	\$1.057.000	\$1.490.000
1967	2.559.000	1.690.000
1968	4.077.000	2.100.000
1969	1.676.000	2.147.000
1970	7.503.000	9.145.000
1971	2.886.000	2.958.000
1972	6.238.000	4.583.000
1973	14.972.000	2.242.000
1974	76.120.000	4.860.000

Nota: Las cifras son del Departamento de Defensa en respuesta a una demanda de documentación de la Comisión Elegida del Senado y no están clasificadas. Fuente: Informe Church, 1975.

Asimismo, tenemos que en esta última fase se continuó con el apoyo a determinados grupos prioritarios (comerciantes, transportistas, estudiantes, mujeres, etcétera) y las acciones de sabotaje (fundamentalmente desordenes callejeros), pues a pesar de que todo parecía indicar que existían pocas posibilidades de éxito del golpe militar, se daba por hecho –erróneamente- que el aumento del caos y el desorden (callejero) “en todo el país podía inducir a los militares a intervenir en el gobierno de Allende para restaurar el orden y acabar con terrorismo” (Informe Church, 1975). En efecto, junto con financiar a los partidos políticos, militares y grupos prioritarios, según la fuente citada, “la Comisión 40 aprobó grandes sumas de dinero para sostener una oposición en medios de comunicación y así mantener una campaña de propaganda de censura dura. La CIA gastó \$1,5 millón en dar apoyo a *El Mercurio*, el periódico de más tirada del país y el más importante medio de propaganda contra Allende. De acuerdo con documentos de la CIA, estos intentos jugaron un papel importante en la puesta en escena del golpe militar del 11 de septiembre de 1973” (Informe Church, 1975).

La Comisión 40 basaba la decisión de subvencionar a *El Mercurio* sobre la base de informes de inteligencia que señalaban que el gobierno de Allende pretendía clausurar a este matutino. Lo cual nunca ocurrió ni existe constancia de que estuviera en los planes

del gobierno¹³⁷, por el contrario existen claras evidencias de que Allende siempre respetó la independencia y el pluralismo en la información así como la libertad de expresión¹³⁸ como lo señala el fallecido otrora subdirector y director del diario *El Mercurio*, Arturo Fontaine Aldunate:

Allende fue en ese sentido un gobernante muy democrático, hay que reconocerle (...) yo tenía una columnilla –que se firmaba “*Clek*”– que era muy agresiva con él. Él pataleaba, contestaba, hacía cualquier cosa pero respetaba la libertad de prensa. Con lo que nosotros pudimos hacer toda nuestra campaña (Agüero, 2008).

Ello, a pesar de las truculencias entre las cuales se cuenta la autoclausura que fingió este diario y las declaraciones de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) al respecto. Organismo del cual Edwards fue nombrado presidente e integrante de su consejo consultivo, así como miembro de la junta directiva del Grupo de Diarios de América (GDA) (Sociedad Iberoamericana de Prensa). La libertad de prensa, en verdad, fue usada por aquellos años como caballito de batalla por el plan sedicioso, como una parte importante en la campaña de propaganda internacional contra Allende. “Entre los libros y panfletos producidos por la organización de investigación de la oposición hubo uno que apareció en octubre de 1972 al mismo tiempo de la reunión en Santiago de la Asociación de Prensa Interamericana (IAPA). Al igual que en el periodo de 1970, la IAPA tildó a Chile como un país en el cual la libertad de prensa estaba amenazada” (Informe Church, 1975).

El principal proyecto de propaganda de la CIA se financió con un amplio rango de actividades propagandísticas. Se produjeron varias revistas con circulación nacional y un gran número de libros y estudios especiales. Se desarrolló material para implantar en la cadena *El Mercurio* (con una tirada diaria en circulación de más de 300.000); periódicos de partidos de la oposición; dos periódicos semanales; todas las

¹³⁷Al respecto, cabe destacar una interesante anécdota que protagonizó Sonia Edwards, hermana del dueño del periódico, que asumió la vicepresidencia de la Empresa El Mercurio S.A.P., cuanto éste abandonó Chile, y que se refiere al episodio en que ella solicitó públicamente la intervención del diario. En la oportunidad destacó: “El único destino que le cabe a *El Mercurio* es la estatización, bajo el control de los trabajadores, con un régimen similar a las empresas textiles traspasadas al Área Social”. La razón de este espectacular anuncio estaba sustentada principalmente en que a su juicio, “el diario boicotea la labor del gobierno cotidianamente, miente y alienta actividades sediciosas (Carmona, 1971).

¹³⁸El único intento de censura fue protagonizado en relación al anuncio que hiciera el gobierno el 15 de septiembre de 1971 de clausurar la agencia UPI. Cabe destacar que medidas similares en su contra, que cuestionaban su proceder informativo, también fueron estudiadas por otras administraciones en Chile desde su instalación en este país el año 1924, como es el caso de los gobiernos de Ibáñez del Campo e incluso el mismo presidente Frei Montalva. No obstante, una semana después del anuncio presidencial, UPI seguía funcionando para escándalo de la opinión chilena de entonces (Uribe, 1971).

estaciones de radio controladas por partidos de la oposición; y varios programas de televisión en tres canales. *El Mercurio* era el canal principal de propaganda durante 1970-73, al igual que había sido durante las elecciones de 1970 y el periodo anterior a la investidura. La CIA también financió progresivamente una gran parte –más del 75 por ciento en 1973– de una organización de investigación de la oposición. Un constante flujo de material económico y técnico fue a paridos de la oposición y grupos del sector privado. Muchos de los proyectos de ley preparados por la oposición parlamentaria fueron redactados en realidad por personal de la organización de investigación (Informe Church, 1975).

Cabe recordar, por último, y en lo que respecta al componente sabotaje, que durante este periodo se ejecutaron los otros tres magnicidios, al margen del cometido en la persona del general René Schneider, que fueron llevados a cabo en el desarrollo del cometido golpista del (mega)Plan, a saber, en la persona del exministro democristiano Edmundo Pérez Zujovic (1971); en la del edecán naval del presidente Allende, el comandante Arturo Araya Peters (julio de 1973); y, finalmente, el cometido en la persona del propio Presidente de la República de Chile, el Dr. Salvador Allende Gossens, el martes 11 de septiembre de 1973, el día en que en definitiva se consumó el (mega)Plan, no por la vía de la persuasión (retórica) sino a través de la coacción con el buscado golpe de Estado.

3.1.2. LA PAUTA DESINFORMATIVA

A modo de síntesis hemos de destacar, una vez más, cuáles fueron las partes sustanciales del este (mega)Plan dual de intervención/desestabilización que los Estados Unidos desarrollaron e implementaron en Chile, durante más de una década. La primera articulación consistía en un programa de ayudas y préstamos en el ámbito de la cooperación y el desarrollo que enmascaraba la fallida Alianza para el Progreso; mientras que su faz oscura, Covert Action, estaba compuesta por un amplio abanico de actividades clandestinas (incluido sabotaje y terrorismo) ejecutadas por el llamado “gobierno invisible”, la CIA, y gestionadas directamente desde Washington. Dicha dirección al más alto nivel del gobierno estadounidense contaba con su respectiva contra-parte en Santiago de Chile, la cual integraban principalmente el jefe suplente de la misión militar, el jefe de la CIA, mandos y divisiones políticas y económicas, además del embajador (Informe Church, 1975). A los cuales habría que agregarles algunos

oficiales de la Armada y del Ejército chilenos, y algunos civiles vinculados a partidos de derecha (Radical y PDC) (Martínez, 2010).

Todo ello quedada perfectamente enmascarado en la consabida figura de Acción Encubierta (Covert Action), que según otra de sus definiciones, correspondía “al conjunto de nutridas acciones ubicadas a medio camino ante la presentación diplomática y el uso secreto de la fuerza militar” (Informe Church, 1975), en donde el programa de propaganda y desinformación era una de las líneas de acción neurálgica del plan. De hecho de un total de más de una treintena programas implementados entre 1961-1974, más de una docena responden específicamente a este tema (Informe Church, 1975). Este plan, como hemos podido advertir, se remonta a la decisión presidencial adoptada por John F. Kennedy en 1962 en el marco de una política de Estado en el ámbito de las relaciones internacionales estadounidenses, y que se inaugura con motivo de las elecciones presidenciales chilenas de 1964, en donde la administración Kennedy estableció como propósito específico la ayuda al candidato demócrata, Eduardo Frei Montalva –tal y como lo recuerda uno de los más altos dirigentes de la Unidad Popular (UP), Carlos Altamirano–, respondiendo a una verdadera obsesión que se desata en los gobiernos estadounidenses de la Postguerra y durante el periodo de la Guerra Fría de apoyar al centro político para frenar el ascenso de las fuerzas populares en el mundo:

Después de la Segunda Guerra mundial Estados Unidos había decidido apoyar a la Democracia Cristiana alemana y a la Democracia Cristiana italiana para crear un frente de contención a la expansión del comunismo, pues, en los temores de la guerra fría, pensaron que ya no bastaba apoyarse en las fuerzas de derecha, sino, también, en los movimientos centristas. Y eso es válido tanto para Europa como para América Latina (Salazar, 2010: 257).

Recapitulando respecto de los propósitos fundamentales en las tres fases de este plan explícitamente, según las fuentes consultadas a lo largo de este parte, consistieron en **influir en los acontecimientos políticos de Chile a objeto de desestabilizar la democracia y el sistema social chileno** (en primer término se trató de evitar el ascenso al poder de Salvador Allende, ante el convencimiento al que llegó Estados Unidos a partir de la administración Kennedy de que Allende era una amenaza para los intereses, y, luego, promover directamente su derrocamiento).

Y, más específicamente: **desacreditar a los políticos marxistas -especialmente al Dr. Salvador Allende- y fortalecer y animar a sus oponentes civiles y militares para que le impidieran llegar al poder; dividir a la izquierda y crear las condiciones**

para que un candidato no marxista ganara las elecciones; al mismo tiempo que **frustrar la experiencia de Salvador Allende en el hemisferio occidental y así limitar su atractivo como modelo a seguir** (la tesis del virus contagioso con que McNamara y Kissinger se referían a la experiencia popular chilena). Algo que, por lo demás, terminó siendo la piedra angular la política exterior estadounidense en la región (Informe Church, 1975).

En términos concretos, como ya lo hemos señalado, para operacionalizar su fin, propósito y objetivos específicos el plan desplegó básicamente líneas de acción, entre las cuales a los menos dos estaban específicamente remitidos a la propaganda y desinformación, que en la práctica cruzaban todos los demás componentes del Plan de punta a cabo:

- Propaganda,
- Apoyo a los medios de comunicación,
- Aumento de influencia en instituciones y grupos específicos de chilenos (trabajadores, mujeres, jóvenes, pobladores, etc.),
- Intervención en los diferentes procesos electorales,
- Apoyo a los partidos políticos de oposición (centro y derecha), apoyo a organizaciones del sector privado (comerciantes, empresarios, transportistas, gremios y colegios profesionales y trabajadores), y
- Esfuerzos directos de promoción del golpe de Estado.
- Instalar la sensación de caos, desconcierto y miedo en la sociedad chilena para generar el clima y las condiciones objetivas para el desarrollo del golpe de Estado.

Las que fueron implementadas a través de las **tres etapas o fases** fundamentales, las cuales ya hemos mencionado, a saber, **la primera de ellas va desde la toma de decisión e inicio del plan en el año 1962 hasta 1970**, que puso el énfasis en los procesos electorales principalmente y cuyo punto de inflexión fue la campaña de las presidenciales de 1964; **la segunda fase corresponde al periodo relativo a las presidenciales del 1970 y cuyo punto álgido correspondió al periodo comprendido**

entre el triunfo de Allende en las urnas el día 4 de septiembre de 1970 y la toma efectiva del mando de la nación el día 3 de noviembre; o, en su defecto, hasta el 23 de octubre, fecha en la que su triunfo fue ratificado por el Congreso Pleno. Y, finalmente, la tercera etapa o fase del plan, que va desde la asunción del mando al golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973, comprendiendo los mil días del gobierno de Allende y la Unidad Popular (UP). Respecto de los **componentes** empleados en el (mega)Plan, éstos básicamente se refieren a los siguientes: **boicot económico, acciones de sabotaje y terrorismo** (magnicidio, secuestro y desorden callejero) y, específicamente, una fuerte **campaña propagandística y desinformativa**. Estos tres componentes básicos estaban dotados de una amplia gama de dispositivos y extensibles a amplios sectores de la sociedad chilena, que fueron empleados desde el minuto cero del Plan, en coherencia con los postulados del “conflicto de baja intensidad” en el marco de la “guerra psicológica” en la cual se había embarcado Estados Unidos, después de las acciones violentas de Guatemala (1954) y Bahía Cochinos (1961), a objeto de hacer frente a los desafíos del periodo de la Guerra Fría en el sur del mundo.

Prioritariamente, los **dispositivos comunicacionales** empleados, que estuvieron dirigidos por un equipo de especialistas en comunicación y periodistas en terreno que se instalaron en Chile por esos días, fundamentalmente, fueron los siguientes: **inserción en los medios de comunicación** (prensa y radio) de variados dispositivos comunicativos; carteles (se llegó a colocar más de 3.000 carteles diarios en los muros de las principales ciudades del país), **octavillas y panfletos; cartas y misivas de personalidades internacionales dirigidas a diversos líderes de opinión**; envíos, igualmente, de **clipping de prensa internacional tendenciosa, boletines y argumentarios** a periodistas y líderes de opinión, chilenos y estadounidenses (Informe Church, 1975). Al más puro estilo del Creel Committee.

Teniendo en cuenta que uno de los propósitos era instalar, mediante la campaña del terror la sensación de caos¹³⁹ desconcierto y miedo (“propaganda negra”) en la sociedad chilena, para ello se emplearon las siguientes **orientaciones y estrategias discursivas**

¹³⁹Según el Informe Church la apuesta por el caos y el desorden por parte de los conspiradores se cimentó en que ellos sostenían la simple hipótesis de que, precisamente, al aumentar el caos y el desorden en todo el país ello podría inducir a los militares a intervenir el gobierno de Allende a objeto de restaurar el orden perdido.

comunicativas: campaña de alarma anticomunista¹⁴⁰ (el McCarthysta *red scare* o “miedo rojo” de la posguerra) en toda su extensión mediante la imagen del paredón y fusilamiento de prisioneros en la exURSS y en Cuba e imágenes de Praga invadida por tanques soviéticos, en contraste con las idílicas imágenes del mundo occidental y del *american way of life*, junto a una abierta censura a todo lo que perjudicara dicha presentación, el tópico fundamental de la guerra de Vietnam, por ejemplo. Que no es más que la maniquea estrategia de la autopresentación positiva y de la negativa presentación del “otro”.

Luego, a nivel local y más claramente con motivo de la segunda fase del plan, con motivo de las presidenciales de 1970, el énfasis fue puesto, primeramente, en **desacreditar ante la opinión pública (nacional e internacional) a la izquierda, atacando directamente a la coalición de la Unidad Popular (UP)** con el propósito de “dividir a la izquierda y crear las condiciones para que un candidato no marxista ganara las elecciones” (anticomunismo); y, luego, con **el colapso económico que eventualmente se produciría con motivo del triunfo popular**. Por otro lado, tenemos que el triunfo de **Allende era asimilado a violencia, represión y destrucción de la democracia, que traería el fin de la religión y de la vida familiar y los valores de la sociedad cristiano-occidental**.

En lo que respecta al *target* o destinatarios de los mensajes, con especial énfasis en los procesos electorales que se registraron entre 1963 y 1973, se puede afirmar que apelaban, fundamentalmente, **a amplios sectores de la clase media (ganarse sus simpatías fue el gran objetivo del mega-plan y, con especial énfasis en ciertos grupos prioritarios, a saber, las mujeres, los jóvenes y estudiantes, los pobladores y trabajadores, líderes de opinión y jefes militares, comerciantes y el empresariado tanto a nivel nacional como extranjero)**. El objetivo de los discursos legitimadores y sus banderas ideológicas (lucha contra el terrorismo, la defensa de la libertad y la democracia amenazadas por el comunismo) del poder imperial estadounidense durante la Guerra Fría no era otro que alcanzar amplios consensos en la opinión pública en torno de dichas ideas, por lo que su accionar discursivo estaba dirigido fundamentalmente a

¹⁴⁰El discurso político de entonces se contaminó con consignas tales como: “El único comunista bueno es el comunista muerto”, “Ya viene Yakarta” (en alusión a las masacres de más de 500.000 indonesios por parte de la dictadura derechista en 1965, la que contó, al menos, con el beneplácito de los Estados Unidos), “¡Junten rabia, chilenos!” , “Ojo por ojo, diente por diente” (consigna de la juventud política del derechista PN) (Salazar, 2010: 323).

las élites locales, a los gobiernos, las clases medias y público general de las zonas blanco de la actividad imperial (Vanaik, 2010). Por lo demás, el punto débil en esta materia del gobierno de la UP eran precisamente los sectores medios urbanos (Garcés, 1976).

Armand Mattelart, Mabel Piccini y Michèle Mattelart, en uno de sus estudios, *Los Medios de Comunicación de Masas. La ideología de Prensa Liberal en Chile* (1970), publicado bajo la colección “Cuadernos de la Realidad Nacional” del entonces Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CESEN) de la Universidad Católica –que citaremos in extenso– explica esta predilección por las clases medias a partir de los llamados “mitos de la burguesía”, que son en definitiva agrupados mediante esta fórmula y que representan ciertos mecanismos reductores de la realidad, pues la domesticar en provecho de una pseudo-realidad, que no es otra que la impuesta por el sistema (1970: 25). Y que en términos generales, esta clase de mitos tienen “por función presentar la imagen de una sociedad homogénea, armoniosa y sin problemas de conflictos de clase, reales o potenciales, no puede subentender sino que la expresión modal de la sociedad nacional se encuentra en la clase media” (1970: 71). Una imagen social armoniosa y equilibrada que solo puede hallarse en una sociedad perfectamente integrada. En “una sociedad donde el estrato medio es el más numeroso y constituye el ejemplo del justo medio, del equilibrio” (1970: 72). Nada más alejado del Chile de entonces.

Elevar al rango de tipo modal de una nación, la clase media implicaría que en la realidad a la cual uno se refiere, la mayoría de los individuos tengan la posibilidad de integrar libremente este estatus. En otros términos, involucraría la existencia de una verdadera movilidad social ascendente para todos los individuos, independientemente de su origen social. La existencia de esta movilidad pues, permite la conformación de una sociedad construida a partir del modelo de estratificación social tricotómica, donde la clase con más peso sería la clase media. En realidad en la sociedad chilena, el hecho de izar a la clase media como representativa de la nación, significa erigir un 20% de la población al rango de modelo haciendo, además, abstracción del hecho que la clase media de un país de estratificación social rígida es cualitativamente distinta, debido a su situación de privilegio, de una clase media de un país con profusa movilidad (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 72).

Un último e importantísimo aspecto en este mismo sentido, que se explica perfectamente más bien en función de otra de las articulaciones del plan, el sabotaje económico (bloqueo y desabastecimiento), deviene como efecto directo de la opción

(ideológica) modélica en la que transforman a la clase media y dice relación con la asimilación de las clases medias a ciertas características universales, “es decir, el acceso total a los bienes de consumo (...) que el medio liberal no hace otra cosa que formalizar, en un esquema artificial de estratificación” (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 72).

Realidades sociales ya deliberadamente simplificadas y reducidas a índices formales de consumo. Lo político, lo social, lo económico (estructuras de producción y de mercado), lo cultural, todos estos aspectos se volatilizan. Sólo queda cifrable al nivel de lo individual masificado, el balance estadístico de los bienes de consumo tomados como indicadores absolutos de la esencia social (Baudrillard, 1969: 14)].

A este respecto Mattelart concluye que resulta fundamental entender el asunto de las clases medias como objeto del Mega-Plan, señalando que “el acceso libre a los bienes de consumo se convierte en el índice supremo de la existencia de una democracia en las *sociedades de estratificación social rígida*. De ahí a que el diario, la revista, propongan a los individuos marginales, como un ideal de desarrollo social, el ideal de integración a la modernidad, encarnada en la sociedad de abundancia, sólo hay un paso, y la mitología burguesa lo franquea rápidamente” (1970: 72). A modo de síntesis, diremos que el Mega-Plan en su tercera fase –abiertamente golpista– se caracterizó por las constantes huelgas y movilizaciones, el desorden callejero (“reventar la calle” fue la consigna) y acciones de sabotaje (terrorismo) y la agudización de la crisis económica y el desabastecimiento. Todo ello de la mano de un gran movimiento de masas (que estimuló fundamentalmente a las capas medias de la sociedad chilena) dotado de una gran repercusión (nacional e internacional), facilitada por la caja de resonancia que ofrecía una de las principales articulaciones del Mega-Plan: la campaña propagandística (“negra”) y des-informativa. El propósito fundamental era generar una atmósfera propicia –de confusión y caos– para el desarrollo del golpe de Estado.

Ahora bien, dicha pauta y en lo que respecta a esta última fase que se corresponde con los mil días del gobierno de la Unidad Popular (UP), será sometida a verificación a posteriori en las páginas del diario *El Mercurio* durante los mil días del gobierno de la UP, representada en la muestra que hemos elaborado con este fin. Para lo cual resulta imprescindible hacernos, previamente, al menos una idea general del contexto comunicacional que operaba en Chile por entonces.

Tabla 8. Matriz mega plan¹⁴¹

FIN	Intervención/desestabilización de la democracia y el sistema social chileno. Ello debido a que los EE.UU. llega al convencimiento de que Salvador Allende y las fuerzas políticas que le respaldaban representaban una seria amenaza para los intereses estadounidenses.	
PROPÓSITO	Influir en el curso normal de los acontecimientos políticos con el propósito fundamental, en primer término, de evitar que Salvador Allende accediera a la primera magistratura de la nación y más tarde en propiciar su derrocamiento.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Desacreditar a los políticos marxistas, “especialmente al Dr. Salvador Allende, y fortalecer y animar a sus oponentes civiles y militares para que les impidieran llegar al poder; dividir a la izquierda y crear las condiciones para que un candidato no marxista ganara las elecciones; al mismo tiempo que, frustrar la experiencia de Salvador Allende en el hemisferio occidental y así limitar su atractivo como de modelo a seguir. Instalar la sensación de caos, desconcierto y miedo en la sociedad chilena a objeto de generar el clima y las condiciones objetivas para el desarrollo del golpe de Estado.	
FASES	I. Presidenciales 1964 II. Presidenciales 1970 III. Gobierno de la UP 1970-1973	
COMPONENTES	I. Boicot económico, II. Acciones de sabotaje y terrorismo (magnicidio, secuestro y desorden callejero) y III. Campaña propagandística y desinformación.	
ACCIONES	ALIANZA PARA EL PROGRESO (ACCIÓN PARA EL PROGRESO)	COVERT ACTION
DISPOSITIVOS COVERT ACTION	En lo que respecta al componente III, estos fueron: Inserción en los medios de comunicación (prensa y radio) de variados dispositivos comunicativos; carteles (se llegó a colocar más de 3000 carteles diarios en los muros de las principales ciudades del país), octavillas y panfletos; cartas y misivas de personalidades internacionales dirigidas a diversos líderes de opinión; envíos, igualmente, de envíos, igualmente, de <i>clipping</i> de prensa internacional tendenciosa, boletines y <i>argumentarios</i> a periodistas y líderes de opinión, chilenos y estadounidenses.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. Pauta desinformativa

FIN	Influir en el curso normal de los acontecimientos políticos con el propósito fundamental, en primer término, de evitar que Salvador Allende accediera a la primera magistratura de la nación y más tarde en propiciar su derrocamiento.
OBJETIVOS	Fortalecer y animar a sus oponentes civiles y militares con el propósito de evitar que Allende accediera al poder y, luego, de derrocarlo. Al mismo tiempo que frustrar la experiencia de Salvador Allende en el hemisferio occidental y así limitar su atractivo como de modelo a seguir.
ACCIONES	Propaganda directa, apoyo a los medios de comunicación.
COMPONENTES	Campaña propagandística y desinformación.
DISPOSITIVOS	Inserción en los medios de comunicación octavillas y panfletos; cartas y misivas de personalidades internacionales dirigidas a diversos líderes de opinión; Envíos, igualmente, de <i>clipping</i> de prensa internacional tendenciosa, boletines y <i>argumentarios</i> a periodistas y líderes de opinión, chilenos y estadounidenses.

¹⁴¹En el caso de la matriz del Megaplan, nos hemos centrado específicamente en lo que respecta al soporte propagandístico des-informativo, ya que los otros soportes, sabotaje y boicot, no forman parte de nuestra investigación y según esta conceptualización serían difícilmente recuperados.

ORIENTACIONES Y ESTRATEGIAS DISCUSIVO COMUNICATIVAS (ESPECIFICAS)

<p>A nivel Internacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ (auto)Presentación positiva de los EE.UU. (bienestar económico de sociedad, logros militares y en carrera espacial). 	<p>Amplios sectores de la clase media Y grupos prioritarios (las mujeres, los jóvenes, los pobladores, trabajadores, líderes de opinión, jefes militares, comerciantes y el empresariado, nacional y extranjero).</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentación negativa del otro representado en la URSS y su órbita de países, incluido Cuba y algunos países árabes del Oriente Medio (Campaña de alarma anticomunista al estilo del 48' en Italia) 	
<p>A nivel local:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Desacreditar, ante la opinión pública, a la izquierda, atacando a la coalición de la Unidad Popular (UP) y 	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La figura de Allende asimilándolos tanto al colapso económico como a la violencia (represión), al caos y destrucción de la democracia y los valores cristianos, la propiedad privada, el fin de la religión y de la vida familiar. 	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dividir a la izquierda mostrando sus deficiencias, contradicciones y diferencias estratégicas respecto del proceso político. 	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Instalar la sensación y atmósfera de caos, desconcierto y miedo en la sociedad chilena a objeto de generar el clima propicio y las condiciones objetivas para el desarrollo del golpe de Estado. 	

Fuente: Elaboración propia.

3.2. EL MERCURIO, EL “CLAN EDWARDS” Y EL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL CHILE DE LA UP

El Mercurio se halla sintonizado con la opinión pública y con sus ideas permanentes. Al expresarlas refleja tanto la estabilidad de estas como los cambios que experimentan. De modo tal que el diario interpreta a la sociedad, no la “pautea”, no la presiona, ni le impone ideas ni decisiones [...] Si *El Mercurio* no se apoya en la realidad social, si no entiende en un sentido hondo el alma nacional, no es nada ni representa a nadie [...] Nos hallamos sintonizados con la opinión pública chilena, y esta nunca es extrema. No cree la mayoría de nuestro pueblo, ni tampoco cree *El Mercurio*, en la exaltación, la injuria, la fuerza, el desorden o la violencia. Concibe el cambio como gradual y evolutivo, no como corte brusco y arrasador de todo lo preexistente. Por eso, en los momentos de extrema pasionalidad [sic] política y social, *El Mercurio* mantiene su tono moderado, y esta misma serenidad exagera cierta irritación en su contra. Pero a la larga, ello es un servicio prestado al país.

Agustín Edwards, cena de Aniversario de *El Mercurio*, 31 de mayo de 2000, (citado en Herrero, 2014: 532).

Sería imposible comprender la historia chilena sin considerar el rol y la existencia de *El Mercurio*.

Ricardo Lagos, con motivo de la celebración de los 100 de *El Mercurio* (El Mercurio electrónico, 2000)¹⁴²

El Mercurio no es simplemente “un observador” de la realidad social, sino un actor que interviene constantemente en ella.

Guillermo Sunkel (1983: 15)

El diario *El Mercurio*¹⁴³ fue fundado en Valparaíso el 12 de septiembre de 1827 por José Ignacio Silva y Tomas G. Wells. Aunque desde sus orígenes este medio de comunicación escrito se definió como un “periódico mercantil, político y literario”, la decisiva participación en la política nacional que alcanzó décadas más tarde y que lo ha

¹⁴²Es justo reconocer, aunque fue censurado por *El Mercurio*, que en otro pasaje de su discurso el exmandatario chileno como una muestra más de su modus operandi, el exprimer mandatario también señaló: “*El Mercurio*, como tantos otros medios de la prensa, se alineó con una de las partes en conflicto. Y fue como todos los protagonistas de la vida nacional tanto objeto como responsable de aquella división que culminó en el derrumbe de nuestra democracia” (Lagos 2001)

¹⁴³En el siglo XVIII se verifican los primeros periódicos, semanales y diarios, tal y como los conocemos hoy en día y uno de los más antiguos que aparece registrado en la historia de la prensa es el *Mercurius Britannicus*. Cabe destacar que Mercurio en la mitología griega era el Dios del comercio. Aunque no es menos cierto que ilusionistas y magos, ladrones y estafadores, trileros y embaucadores, adivinos y curanderos, charlatanes y pregoneros han sido siempre oficios tutelados por el patronazgo de Mercurio. Es muy probable, en nuestra opinión, que los fundadores de *El Mercurio* se hayan inspirado en aquel fundacional periódico para bautizar el suyo por allá por 1827 en el puerto de Valparaíso.

caracterizado de manera tan categórica hasta nuestros días, no fue alcanzada sino hasta con posterioridad al oscuro episodio mediante el cual Agustín Edwards Ross y su padre, Agustín Edwards Ossandón, se hacen de la propiedad de este medio al coaccionar a sus propietarios a raíz de importantes deudas que estos sostenían con el banco de los Edwards. Una operación que fue completada por allá por 1880.

José Peláez y Tapia, refiriéndose a este tema, relata: (...) El Banco A. Edwards y Cía. tenía relaciones comerciales con “*El Mercurio*” desde el año 1875. Él sirvió de intermediario de los industriales extranjeros y la empresa, cada vez que adquiría maquinarias de Europa y América. Le aceptaba letras y le firmaba pagarés aunque no era banquero de ella. Por otra parte, este banco había prestado a “*El Mercurio*” en diversas ocasiones, en el lapso de cinco años, gruesas cantidades de dinero. Todas las cuentas que el diario tuvo con ese banco, que sumaron más de 37.000 pesos, estaban saldadas al finalizar el primer semestre del año 1880, y el total de lo desembolsado hasta esa fecha a favor de la empresa por dicha casa bancaria, o sea a don Agustín Edwards Ross, ascendía a un total de 56.262 pesos (Délano, Luengo, y Salazar, 1983: 80-83).

De modo tal que se podría afirmar que Agustín Edwards Ross es el verdadero pionero de la saga a la cabeza de *El Mercurio*, su modernizador y modelador definitivo. En efecto, estando en posesión de *El Mercurio* de Valparaíso y existiendo ya la versión santiaguina de éste, cuya primera edición data de junio de 1900, es cuando comienza a tomar forma el *holding* familiar de empresas que conocemos, compuesto, principalmente, por compañías del sector bancario (Banco A. Edwards), minero y, por supuesto, comunicacional: el Grupo Edwards¹⁴⁴. Edwards Ross falleció tempranamente, con tan solo 45 años de edad, y será sucedido en el cargo por su vástago, Agustín Edwards Mac Clure, quien a su vez lo será por el nieto de éste, Agustín Edwards Eastman, el actual propietario y director por más de cuatro décadas, desde 1958 (*El Mercurio electrónico*, 2000). Precisamente a él, al directo descendiente del prácticamente fundador de este medio, le correspondió la conducción del mismo durante la administración del Presidente Allende, a lo cual hizo frente, como ya hemos advertido, desde Washington DC, la capital de los Estados Unidos (Uribe, 1974; Dermota, 2002). Actividad que compatibilizó con el cargo de vicepresidente mundial de Pepsi Cola.

¹⁴⁴Cabe señalar que el primero en usar esa expresión –Grupo Edwards– para referirse a este fuerte conglomerado empresarial fue Ricardo Lagos, el mismo que más tarde sería presidente de la nación, en su tesis de grado que publicaría como *La Concentración del Poder Económico* (1960).

Será bajo su gestión que serán introducidas en el periódico un par de importantes modificaciones que le otorgarán parte de su característica fisonomía, que mantiene prácticamente, con algunas variantes, hasta hoy en día. Nos referimos a la incorporación de la sección de avisos clasificados y la incorporación de despachos informativos telegráficos desde el exterior (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 89). Asimismo, a partir de este momento empezará a dar los primeros pasos en otro de sus rasgos definitorios: su enorme gravitación en la vida política nacional. Al respecto, otro importante investigador de este medio, el sociólogo Guillermo Sunkel, ha señalado que “*El Mercurio* no es simplemente ‘un observador’ de la realidad social, sino un actor que interviene constantemente en ella” (1983: 15). Por lo demás, el hecho de llevar más de un siglo estrechamente vinculado con los sectores dominantes de la sociedad chilena, le brinda, indudablemente, al clan rol de privilegio enormemente “superior a la mera suma de su patrimonio económico o a la esfera de sus intereses ideológicos. La tradición que tenía y tiene la familia Edwards de ser el más fiel intérprete del empresariado y de la derecha política le confiere a ésta en general, y al diario *El Mercurio* en particular, una característica de símbolo del poder” (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 61).

El correlato de lo anterior ha quedado claramente reflejado en algunos estudios de percepción que se realizaron en los sesenta y que básicamente señalan que la percepción de influencia que tiene el diario preferentemente se sitúa entre los grupos de mayores ingresos, “los que toman las decisiones”, como los llama el diario (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 30-32). En efecto, sus lectores en un 60,3% pertenecen al estrato socioeconómico más alto, un 28,7% a sectores medios y tan solo un 13% pertenecen a los sectores bajos. No obstante, es con otro de sus diarios, *Las Últimas Noticias*, especialmente, con el cual el Grupo Edwards recupera terreno entre las capas medias. Un consumo que, sumado al consumo de los sectores medios obtenido por *El Mercurio*, le otorgaba exactamente la mitad de los lectores de diarios de la capital chilena en los ochenta (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 30-32), un dato que no ha variado mucho en las décadas posteriores.

En relación al tema del funcionamiento del diario *El Mercurio* es preciso destacar algunos aspectos relativos a la estructura de funcionamiento y ciertas rutinas periodísticas, además de los nombres asociados a cada una de ellas; lo que si bien es cierto está más bien remitido a un periodo posterior al que nos ocupa de la historia del diario, nos da valiosas pistas, toda vez que tampoco fueron muchos los cambios que

experimentó este medio, a este nivel, a partir del golpe de Estado y el desarrollo de la dictadura militar. Primero que nada, dicha fuente destaca que *El Mercurio* siempre ha manifestado, como una constante conductual del grupo, una estrecha vinculación con los círculos de poder gobernante desde sus orígenes (Délano, Luengo, y Salazar, 1983: 27). Una muestra de ello fue la enorme cercanía que desarrolló con algunos personeros de la Armada de Chile (la rama de las FFAA que gestó el golpe). Ello, gracias a que su dueño, Agustín Edwards Eastman, integraba la sociedad secreta Cofradía Náutica del Pacífico Austral, en donde se relacionó con lo más granado de la oficialidad de la rama castrense vinculada al mar; más tarde, algunos de ellos, devenidos en cercanos colaboradores suyos, y, luego, otros tantos en altos funcionarios del régimen dictatorial, como es el caso, entre otros, de Hernán Cubillos, que llegó a ser canciller de la dictadura militar¹⁴⁵.

Todo ello en abierta contraposición a los diarios de izquierda *El Siglo* (tiraje diario de 20.000) y *La Última Hora* (con un tiraje diario de 17.000); uno moderado, *El Clarín*¹⁴⁶ (con un tiraje diario de 100-120.000); uno gubernamental, *La Nación* (con tiraje diario de 45.000) y otro de tendencia democristiana, *La Tarde* (con un tiraje diario de 5.000). Mientras que el resto de los diarios editados en las demás regiones del país, 25, estaban fuertemente influenciados por los grupos económicos. Por otro lado, Mattelart señala la gran cantidad de cadenas radiales existentes en Chile (alrededor de 25), en donde los grupos económicos citados “ejercen el control sobre las cinco radios de mayor sintonía” (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 49). Al margen de la variable control de la propiedad del medio de comunicación de masas, que lo sitúa en medio de la estructura de poder económico, la variable publicitaria vendría a acentuar este carácter eminentemente mercantil del medio. Y señala la proporción de espacios

¹⁴⁵El listado de personeros de *El Mercurio* que colaboraron con el régimen es muy significativa y entre sus más conspicuos representantes se cuentan: Enrique Montero, Sergio de Castro, Fernando Leniz, Alfonso Márquez de la Plata, Arturo Fontaine Aldunate, Francisco Orrego, Hernán Felipe Errázuriz, Alvaro Bardón, Andrés Passicot, Carlos Urenda Zegers, Joaquín Lavín Infante, Jovino Novoa y Fco. José Folch. Asimismo, cabe destacar que Agustín Edwards Eastman estaba emparentado y tenía, además, como uno de sus más cercanos colaboradores, a un exvicealmirante de la Armada, Maurice Poisson Eastman, quien era íntimo amigo del Almirante y Jefe de la Armada, José Toribio Merino, que a la postre terminó por ser el principal artífice del golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973, con el cual Agustín Edwards desarrolló también una enorme cercanía y amistad (Délano, Luengo y Salazar, 1983).

¹⁴⁶Este medio más tarde fue comprado a su fundador, Darío Sainte Marie Soruco, conocido por el seudónimo de “Volpone”, por Salvador Allende o Víctor Pey para la campaña presidencial del 70'. Periodo en el cual llegó a ser el diario más vendido de Chile con un tiraje record en el periodismo chileno: 300 mil ejemplares diarios (Escalante, 2013).

publicitarios sobre el total de la superficie impresa en algunos diarios de la capital chilena: *El Mercurio* (75%), *La Tercera* (46%), *El Clarín* (36%), *La Nación* (35%) y *El Diario Ilustrado* (31%). Además, señala que una de las ventajas fraudulentas en que incurren estos medios dice relación al supuesto desempeño de un bien público (servicio público) lo cual les otorga ventajas y franquicias tributarias para nada despreciables. “Estas empresas están exentas de impuestos a la renta, prestaciones, compraventa, cifra de negocios; tampoco pagan derechos aduaneros por la internación de maquinarias, repuestos, partes o piezas y elementos destinados exclusivamente a la impresión de periódicos y revistas y ventas de servicios informativos” (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 51).

Es importante destacar, además, el centralismo noticioso ejercido por *El Mercurio* en Santiago de Chile respecto de las demás regiones del país, que se expresaba en casi la totalidad de las noticias de carácter político, económico y gubernamental; mientras que en lo internacional ocurría otro tanto, dado que casi todos los demás medios de comunicación estaban virtualmente obligados a seleccionar de una reducida parte de los contenidos de agencias informativas editadas en Santiago, respecto de las cuales *El Mercurio* tenía el monopolio. Y, pese a esta manifiesta dependencia y control informativo del centro político-administrativo del país, casi todos los diarios, incluso aquellos directamente controlados por *El Mercurio*, hacían gala de independencia y localismo, señalando expresamente ser genuinos representantes de los intereses de sus respectivas regiones.

Un caso sintomático al respecto lo constituía el *Diario Austral de Valdivia*, cuyo slogan era: “auténticamente valdiviano” (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 22). Empero, diariamente, eran enviados a toda la cadena de diarios del país para ser usadas y reproducidas los editoriales que *El Mercurio* de Santiago publicaría al día siguiente, por lo que debían ser publicados, al menos, uno de estos editoriales cada día. Mientras el día domingo todos los medios de la cadena debían publicar el editorial titulado “La Semana Política”, con lo que resultaba ser el más difundido de todo el país. Como igualmente sus encuestas, entrevistas a personajes de actualidad u otras noticias de interés especial (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 26).

Por otro lado, existe un grupo selecto de colaboradores, situados en segunda fila luego del estrecho círculo asesor, que además integran directorios en otras empresas del

grupo, y que comparten ideológicamente los planteamientos del gremialismo¹⁴⁷, son los encargados de la elaboración, selección y edición de los contenidos publicados en el diario. Estos, a través de mecanismos, que por lo general son compartidos por casi todas las grandes redacciones de medios de referencia, como el consejo de primera página o del consejo de redactores, elaboran y editan el contenido a publicar. El primero de ellos, que se llama en realidad “reunión de primera página”, “se reúne tres veces al día, para determinar la orientación noticiosa del diario al día siguiente”; mientras que el “consejo de redactores” funciona en paralelo al anterior sesionando cotidianamente, en reunión única producida a las 12 del mediodía y presidida por el propio Agustín Edwards, con el propósito de analizar políticamente las noticias y definir los contenidos editoriales del día siguiente (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 28). Específicamente, los contenidos son elaborados por algunos de sus miembros en función de su especialidad.

3.2.1. LA SAGA DE LOS EDWARDS

La historia pasa a través de *El Mercurio*.

(Portada 147º aniversario, diario *El Mercurio*, 21 junio de 1974)

El Mercurio sigue ahí, como una institución de la República, como si fuera parte esencial del país. Una parte que no se elige, como la cordillera, y que como ella no tiene corrección posible.

Juan Andrés Guzmán (2008)

Los Edwards arribaron a Chile cuando aún este país no era un estado-nación (1804) y debieron pasar más de 200 años para que se consolidaran como uno de los más grandes grupos económicos del país. Desde 1819, fecha en que por primera vez un miembro, y el primero de la saga, el enfermero inglés Jorge Edwards Brown, que había arribado a Valparaíso 11 años antes, ocupa un cargo público en el norte chico del país, pasando por los inicios del siglo XX, en que otro Edwards funda *El Mercurio* de Santiago y consolida en gran parte la fortuna familiar, hasta llegar al gobierno de la UP, en que el

¹⁴⁷Una tendencia de derechas conservadora confesional y ultra liberal surgida a mediados de los sesenta en la Universidad Católica (U.C.) como contrapartida a la reforma universitaria fomentada por estudiantes de izquierda. Fue liderada por Jaime Guzmán Errázuriz, quien luego del golpe de Estado se transformó en ideólogo de la dictadura y que el 1 de abril de 1990 fue asesinado presuntamente según la versión oficial por el Frente Patriótico Manuel Rodríguez (FPMR-A) en circunstancias no del todo aclaradas. Se trataba de un grupo armado de combate escindido del Partido Comunista de Chile.

Grupo Edwards o el Clan Edwards, como se le conocía por entonces, se presenta convertido en el segundo grupo económico de mayor importancia del país. Un poderosísimo grupo con un control sobre 58 sociedades anónimas y un total de 1.255 millones de dólares de patrimonio neto, según el investigador Patricio Rozas (citado en Délano, Luengo y Salazar, 1983: 61). Un periodo, éste último, en que es preciso destacar también que el grupo no estuvo lejos de su desarticulación, pues vivió “una situación difícil, haciéndole perder posiciones en el sistema de dominación” (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 62)

Volviendo a los orígenes del clan, habría que señalar que el primero de los Edwards, a diferencia de lo que se dice, también fue articulador de una considerable fortuna, comerciando con mercaderías y herramientas que vendía a los mineros del norte chico del país, y, principalmente, gracias a su matrimonio con una acaudalada dama de la zona, Isabel Ossandón. Una fortuna que dilapidó, no obstante, por causas de su involucramiento directo en la empresa que representó la Escuadra Libertadora del Perú. De su unión con esta acaudalada dama surgirá Agustín Edwards Ossandón, el forjador de la fortuna de la saga y el artífice, más adelante, junto a su hijo y heredero, Agustín Edwards Ross, de los dos más grandes pilares económicos del clan, el Banco Edwards, uno de los primeros bancos del país y fundado también en Valparaíso y, por otro lado, la compra del diario *El Mercurio* de Valparaíso. A este último más tarde le correspondería el honor de fundar en 1900 *El Mercurio* de Santiago. Una fortuna labrada muy al estilo de su progenitor y que representa una de las características fundamentales de la estirpe familiar, al margen de los consabidos negocios de mercaderías y préstamos de dinero, desposando a otra acaudalada dama de la época; algo muy acentuado por lo demás, en la endogámica e incipiente burguesía criolla de entonces (Edwards y Góngora, 2005).

En este caso la elegida fue doña Juana Ross Edwards. Por lo demás, es histórica la forma en que terminó por consolidar su fortuna sobre la base de los negocios siempre especulativos del cobre, lo cual le granjeó el seudónimo de “El Rey del Cobre”, nada menos que por el *Times* de Londres, como señala el historiador Marcelo Sagall (citado en Délano, Luengo y Salazar, 1983: 86). Pero será A. Edwards Mac Clure el primero de la saga que hará negocios con los capitales estadounidenses, que habían reemplazado largamente a los capitales ingleses, luego de la Primera Guerra Mundial, principalmente, en la explotación de la zona minera del norte grande de Chile. Su hijo,

Agustín Edwards Eastman, conocido familiarmente como Doonie, el último de los patriarcas del clan, hará lo propio en este sentido, asociándose en importantes y no menos polémicos negocios con uno de los principales inversionistas de ese país en Latinoamérica, David Rockefeller. Este es caso el caso de Alimentos Purina, que con no pocas resistencias y recomendaciones legales en contra mediante, empezó igualmente a funcionar en Chile en 1967 (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 116).

3.2.2. EL “CLAN EDWARDS” Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CHILE EN LOS AÑOS SETENTA-SETENTA

La mitología burguesa “evacúa de su historicidad los fenómenos sociales y los reduce a una realidad secretada por un sistema social particular cuyo objetivo esencial consiste en defender los intereses de la clase dominante, aparentando custodiar el interés general”.

Armand Mattelart (1970: 77)

El Mercurio, periódico al que el fantasma de Allende no dejará dormir en paz hasta el fin de los días del papel impreso, y que en vano persiste en querer ahuyentarlo con exorcismos cada vez más inanes.

Jesús Manuel Martínez (2009: 206)

Chile es hasta hoy un país que vive en la forma de democracia burguesa; con todas sus fallas indiscutiblemente es uno de los países de América en el cual las luchas cívicas tienen un contenido todavía, pero que cada vez se va cerrando más la posibilidad de que los movimientos populares conquisten por las urnas el poder en Chile, y en eso gran culpa tiene *El Mercurio* por su implacable, pero torpe, permanente desviación de la verdad y desinformación de los hechos; por su implacable defensa de sus intereses, por negar el derecho a una vida distinta a la inmensa mayoría de los chilenos (...). Creemos, sí, señor director, que lamentablemente cada vez que en el esquema del mundo de violencia se desata con más frecuencia lo hace el imperialismo, la cultura suya no le puede hacer olvidar lo que es Vietnam, que no existe para *El Mercurio* aunque exista para el Papa.

Salvador Allende en carta dirigida a René Silva Espejo, director de *El Mercurio* (citada en Arrate e Hidalgo, 1989: 430).

Hacia el año 1973 en Santiago de Chile eran editados once diarios, nueve de circulación nacional y dos remitidos tan solo al Gran Santiago (*La Segunda* y *Las Noticias de Última Hora*). A saber, *El Mercurio*, *Las Últimas Noticias*, *La Tercera*, *La*

Tribuna, La Prensa, La Nación, El Clarín, Puro Chile y El Siglo. Con una circulación diaria conjunta cercana a los 600.000 ejemplares de lunes a sábado y de un millón en la edición dominical, y de los cuales el grupo Edwards controlaba tan solo tres, a saber, *El Mercurio, La Segunda y Las Últimas Noticias*, pero con tiradas conjuntas de 200.000 ejemplares durante la semana y 350.000 los domingos (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 13). Ello no deja de ser relevante, toda vez que los medios escritos que apoyaban a Salvador Allende al inicio de la campaña presidencial de 1970, *El Siglo, Las Noticias de Última Hora y la Revista Final*, antes de la compra del diario *Clarín*, no llegaban ni al diez por ciento de ese tiraje (Uribe, 1998).

Un panorama que le otorgaba a *El Mercurio* una situación de gran privilegio, de la que ha disfrutado en verdad desde el día de su surgimiento hasta nuestros días, como la principal cadena periodística del gran Santiago, mas no así como un poder monopólico, toda vez que ejercía control sobre tan solo un tercio de los diarios y del total de la circulación. La situación no variaba tanto a nivel regional, pues de los 35 diarios que se imprimían con un tiraje cercano a 300.000 ejemplares (casi 10.000 por diario), tan solo siete eran controlados por el clan Edwards, a saber, *La Estrella de Iquique, La Estrella del Norte, El Mercurio de Calama, El Mercurio de Antofagasta, La Prensa de Tocopilla, El Mercurio de Valparaíso y La Estrella de Valparaíso*. Siendo los otros propiedad de familias y empresas independientes regionales (Délano, Luengo y Salazar, 1983: 14).

Más tarde, precisamente, con la compra de *Clarín* y la creación de *Puro Chile*, junto a los mencionados otros tres diarios del comienzo de la carrera presidencial, el tiraje a favor del candidato de izquierda ascendería cuando mucho a los 350.000 ejemplares diarios (Uribe, 1998). Esta situación en el ámbito radiofónico era considerablemente más favorable a la izquierda, toda vez que la izquierda controlaba 40 radioemisoras versus 115 de la oposición, algunas de las cuales por primera vez fueron contraladas por organizaciones políticas y sindicales. Tal es el caso de Radio Corporación, controlada por el Partido Socialista (PS), Radio Magallanes por el Partido Comunista (PC), Radio Luis Emilio Recabarren, de la Central Única de Trabajadores (CUT), Radio Nacional por el Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR) y Radio del Pacífico, que dirigía el Partido Radical (PR). A ello habría que sumarle la profusión de libros y revistas producidos por la Editorial Quimantú, junto al Canal 9 de Televisión de la Universidad

de Chile y Televisión Nacional de Chile (TVN) (Délano, Luengo y Salazar, 1983; Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970).

En este sentido resulta oportuno destacar que Mattelart, con su citada obra, al margen de aportar datos respecto del sistema, el control de la propiedad y el posicionamiento de los medios, con especial énfasis en el diario *El Mercurio*, entrega excelente información respecto del consumo de medios de los chilenos de entonces, lo cual nos ayuda a ilustrar y comprender más nítidamente el ostensible predominio de *El Mercurio* en el panorama mediático chileno de entonces y, más exactamente, hasta qué punto este hecho fue relevante. Por ejemplo, un sondeo que este autor realizó a comienzos de 1969, sumado al estudio de juventud que él desarrolló (Mattelart y Mattelart, 1970) y otro estudio que concluía por entonces (Carter & Sepúlveda, 1970), otorgó interesantes pistas respecto de las pautas de consumo de medios de la población chilena. Se pudo establecer, en efecto, que los estratos populares (aristocracia obrera, marginales y campesinos) se informaban según el siguiente ordenamiento en orden de importancia: en primer lugar, mediante la radio (85% y más), seguida de los diarios, las revistas, el cine, la TV y, muy lejos, de libros (15%). Ahora bien, mientras el 91,7% de los obreros leen diarios por lo menos algunos días a la semana, solo lo hacen un 58,6% de los sectores marginales y un 47,1% de los campesinos (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 37).

También señala que si bien es cierto que la TV es privativa para sectores rurales y de algún modo para los sectores marginales, aunque en menor medida, este dispositivo en los 70 estaba convertido en un signo de status y 75% de los obreros consumen sus programas y son propietarios de un aparato receptor (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 37). Un dato relevante señala que el número de aparatos receptores aumentó en Chile de 35.000 a 300.000 entre 1963 y 1968. En lo que respecta a los sectores medios y más pudientes de la sociedad chilena, Mattelart cita un estudio realizado por Roy E. Carter y O. Sepúlveda en 1963 –y otro estudio efectuado en 1968, confirmando la tendencia– el cual señala que el diario y la radio tenían similar importancia, con consumos cercanos al 94%, en lo que respecta a diarios, y 95%, en lo que a consumo radial se refiere. Y el consumo prioritario es en primer lugar el diario, seguido, por orden de importancia, por la radio, libros y revistas, TV y cine.

Respecto de los tipos de audiencia, citando su mencionado estudio *Juventud Chilena, rebeldía y conformismo* (Mattelart y Mattelart, 1970), en los diversos sectores juveniles

(18-24 años) universitarios y empleados, señaló, entre otros datos de consideración, que las preferencias informativas en orden de importancia de los jóvenes eran en primer lugar el diario, sobre el 95% lo lee, y, en segundo, la radio, con un porcentaje similar. Que el 90% de los universitarios y el 80% de los empleados consultaban *El Mercurio*. Proporción que se reducía en beneficio de *Clarín* (que alcanza el 30% de los universitarios independientemente de su extracción social), *La Tercera* y *Las Últimas Noticias* en los sectores obreros, en donde un promedio del 24% lo leía de vez en cuando.

Con lo cual cobra sentido una de las conclusiones a las que arriba Mattelart con su estudio, que señala en su parte medular que el 40% de los alfabetos de la población chilena mayores de 15 años, que representaban 1.275.000 de una población total del Chile de entonces que rondaba los 8 millones de habitantes, está bajo el influjo del tipo de prensa que hacen los grupos Mercurio, Sopesur y Copesa. No obstante, con toda seguridad, los datos más reveladores que trae a colación este autor con sus estudios y que cobran especial relevancia en nuestra investigación, señalan que *El Mercurio* llegaba a un amplio sector de las capas medias, que si bien es cierto que a medida que se descende en la escala social va perdiendo cada vez más terreno y muchos sectores sociales impugnan sus posiciones políticas, paradójicamente “cristaliza, en amplios sectores de la población y en dominios los más diversos, representaciones colectivas” (1970: 77) y “goza de un prestigio seguro: es, en la opinión pública chilena, el diario serio por excelencia y muchos hasta lo comparan con los grandes medios europeos o norteamericanos tanto por su calidad gráfica como por su amplitud informativa” (1970: 77).

Asimismo, más del 50% de los consultados calificó a *El Mercurio* de diario “serio”, pudiendo llegar hasta el 60% los que piensan así si se suman los otros diarios del mismo consorcio periodístico. Además, las opiniones favorables a este medio de comunicación decrecen considerablemente conforme los encuestados tienen que evaluar su “veracidad” u “objetividad”, no obstante resulta más importante la proporción relativa de personas que encasilla a este medio como prensa objetiva, el 26% de los obreros y el 49% en las mujeres marginales y campesinas (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 80).

En relación al control de la propiedad de los medios, Mattelart señaló que tan solo tocar este tema en la práctica “significa penetrar en el terreno de las estructuras

nacionales de poder y rastrear sus vínculos con el capital internacional” (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 40). Porque el sistema de medios entonces era un claro correlato de los monopolios banqueros, comerciales, agrícolas, industriales y mineros, es decir del poder económico y financiero del Chile de entonces. Es cuestión de pasar revista a los nombres de las radios, por ejemplo, para confirmar esto. En efecto, señala que “en 1965 diez grupos financieros controlaban 34,3% de todas las sociedades anónimas chilenas y el 78,4% del capital de éstas. Con excepción de uno de estos grupos, todos estaban vertebrados alrededor de la banca” (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 41):

- Grupo Banco Sudamericano, cuyo grupo más importante es el clan familiar Matte-Alessandri, que controlaba 130 sociedades.
- Grupo Banco de Chile, en donde se verifica una alianza del clan familiar Matte-Alessandri y el clan Menéndez-Braun, de la cual el grupo Edwards no es ajena, con el control de 130 sociedades.
- Grupo Banco A. Edwards, en manos del clan familiar A. Edwards, que controla 61 sociedades.
- Grupo Banco Nacional del Trabajo, en torno del cual se nuclea el clan Said-Kattan-Hirmas, controlando 48 sociedades.
- Grupo Banco Español, grupo muy heterogéneo que controla 42 sociedades.
- Grupo Punta Arenas, es el único que no está articulado a la banca, no obstante algunos de sus miembros están vinculados a los directores de Bancos Edwards y de Chile. Controla alrededor de cuarenta sociedades y consagra la unión de las familias Campos, Menéndez, Braun y Behety.
- Banco Grupo Continental, concentra los intereses del imperio textil Yarur que junto con controlar los Bancos Árabe y de Crédito e Inversiones, control, además, unas treinta sociedades.

Son estos siete grupos los que se repartían la propiedad de los medios de comunicación de masas. Y los grupos que poseían la propiedad de los medios son los siguientes:

- Grupo El Mercurio-Lord Cochrane
- Grupo Zig-Zag
- Grupo Radio Minería
- Grupo Radio Portales
- Consorcio Periodístico de Chile S.A. (COPESA)
- Compañía Chilena de Comunicaciones
- Emisora Presidente Balmaceda
- Sociedad Periodística del Sur S.A. (SOPESUR)
- Sociedad Nacional de Agricultura (SNA)
- Radioemisoras unidas.

El grupo Mercurio-Lord Cochrane era el grupo de prensa más importante. Y controlaba las siguientes empresas:

- La empresa periodística El Mercurio S.A. editaba los diarios *El Mercurio* (128.000 ejemplares diarios), *La Segunda* (25.000) y *Las Últimas Noticias* (67.000).
- La Sociedad Chilena de Publicaciones y Comercio S.A. editaba *El Mercurio de Antofagasta* (12.000), *La Estrella del Norte*, *El Mercurio de Calama*, *La Estrella de Iquique* y *La Prensa de Tocopilla*. Además, de *El Mercurio de Valparaíso* (32.000) y *La Estrella* de esta misma ciudad (13.000).
- La Editorial Lord Cochrane editaba y distribuía (concentraba) las más importantes revistas y magazines de la época, además de controlar importantes radioemisoras, como es el caso de Recreo de Viña del Mar y Corporación, con sus respectivas estaciones regionales en Arica, Santiago, La Serena y Concepción.

En síntesis, este grupo, junto a Zig-Zag, concentraba toda la producción masiva de revistas, con 2,7 millones de ejemplares semanales, teniendo como antítesis un par de revistas de izquierda y una progresista, *Punto Final*, *Plan* y *Mensaje*, que entre las tres

llegaban apenas a las 26.000 ejemplares. En segundo término, sumados los diarios publicados en Santiago por los grupos nacionales Mercurio, Sopesur y Copesa, el número de ejemplares diarios semanales alcanzaba los 425.000. En donde se desataca, además, el cálculo que señala que si el diario es leído por un promedio de tres personas, su influencia asciende a 1.275.000 individuos, que representan un 40% de los alfabetos mayores de 15 años (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 49).

En relación a este tema es preciso señalar que el Grupo Edwards es uno de los principales consorcios empresariales comunicacionales de Chile, que concentra 27 de los 44 medios afiliados a la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), o sea el 61,4% de la totalidad de medios. Los otros dos grupos son el Grupo Saieh-Copesa (*La Tercera y La Cuarta*) y el estatal *La Nación*¹⁴⁸, cadenas nacionales de muy distinta magnitud, las dos primeras claramente conservadoras, mientras que los 17 restantes (38,6%) pertenecen a empresas independientes, según fuentes de la Secretaría de Comunicaciones del Gobierno de Chile (2008). Considerando exclusivamente los diarios regionales (36), el 58,3% de ellos pertenece a un solo grupo, Edwards, que controla un oligopolio a través de los 21 diarios que conforman su cadena de diarios regionales, frente a tan solo 15 (41,7%) diarios independientes. Asimismo, resulta a lo menos curioso que, hoy por hoy, sea el Estado de este “régimen democrático” uno de los clientes más importantes en el número de suscripciones a los diarios del grupo Edwards, así como en inversión publicitaria en una sociedad periodística que concentra el 53% de la inserción publicitaria total en la prensa chilena (Dittus, 2008: 275). Además, forma parte del grupo de diarios de América (DGA), junto a los más importantes diarios latinoamericanos de referencia¹⁴⁹ (todos de tendencia oligarco-conservadora); entre los que cabe mencionar a *La Nación* de Argentina, *El Comercio* de Ecuador, *O Globo* de Brasil, *El Tiempo* de Colombia, *El Universal* de México, *El Comercio* de Perú, *El País* de Uruguay y *El Nacional* de Venezuela.

En relación al sistema de medios de comunicación del Chile de entonces, otro aspecto interesante de destacar de la fuente consultada era el alto nivel de dependencia

¹⁴⁸Mientras desarrollábamos esta investigación el gobierno del presidente Sebastián Piñera privatizó el diario *La Nación*, francamente por precio muy por debajo del real precio de mercado; se trataba de uno de los pocos medios de comunicación públicos que aún existían en Chile.

¹⁴⁹Los “diarios de referencia”, para Vidal-Beneyto (2004), se les pueden denominar así, entre otras características, en virtud de la existencia de un marco de identificación operativa y la ideología de los diarios de referencia tiene como núcleos duros los valores y prácticas dominantes en la sociedad a la que pertenecen.

de los medios de comunicación de masas del capital extranjero, y lo es en función del nivel de colusión con este capital de los grupos económicos nacionales. Y era ostensible, en este sentido, la penetración de capitales estadounidenses. Un ejemplo pertinente: “El presidente del grupo Mercurio-Lord Cochrane es también presidente de la IBEC chilena (International Basic Economy Corporation S.A.) que administra el fondo de inversiones industriales y comerciales CRE-CINCO. Es merced a este fondo que numerosas empresas nacionales fueron nucleadas por inversionistas norteamericanos procedentes, en su mayoría, del grupo Rockefeller” (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 53).

En materia de medios de comunicación de masas, la solidaridad entre grupos monopolísticos nacionales e internacionales se ha cristalizado en las organizaciones que, constituyéndose en una verdadera red de protección de intereses, se han convertido en grupos de presión moral. Es así como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) fundada en Nueva York en 1950, reagrupa los grandes diarios pertenecientes a los consorcios norteamericanos y latinoamericanos. No por casualidad se encuentra presidiendo esta sociedad, este año de 1969, el presidente del Clan Edwards. Promoviéndose en defensora de los grandes principios de la libertad de opinión, la activa comisión de la libertad de prensa impugna la censura de los generales brasileños a la vez que la nacionalización de los medios informativos por los generales peruanos, siendo la única dimensión común a ambos procesos un alcance al monopolio de la libertad de la propiedad de la prensa (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 54).

Un par de datos que nos entrega este interesante estudio de Matterlart relativo al tema publicitario señala que los medios de comunicación en Chile eran fuertemente dependientes del capital extranjero, mediante el dominio de la publicidad. Ello en consideración a “que la publicidad es la fuente principal de recaudación de la prensa, la radio y la televisión”:

- El 45% de los avisos pagados en el canal TV 13 (estación controlada por la iglesia Católica y opositora al gobierno de Allende) pertenecen a firmas extranjeras.
- “la gran mayoría de los informativos radiales están patrocinados por firmas extranjeras” (Mattelart, Mattelart & Piccini, 1970: 57).
- ✓ Las noticias internacionales llegan, por orden de importancia, a través de las agencias UPI, AP y *New York Times*, las tres con sede en New York; AFP, de

París; la inglesa Reuter; ANSA con sede en Roma; Agencia Prensa Latina de La Habana y Agencia Tass de Moscú.

- ✓ Todas las agencias instaladas en países en occidente están en manos de grupos económicos con fuertes intereses en la región.
- ✓ La mayoría de estas agencias cubren de modo prioritario algún tipo de información. UPI (considerada más liberal) y AP centran sus contenidos en noticias relativas a la guerra fría, enfatizando y desinformando con noticias relativas a la guerra de Vietnam y a los países de la órbita socialista.
- ✓ El grupo El Mercurio posee la exclusividad de las grandes agencias occidentales, a saber, AP, Reuter, AFP y *New York Times* [solo UPI es usada por los otros medios de comunicación]. De hecho los teletipos de éstas se encuentran instalados en el edificio del diario *El Mercurio*. Cuyos contenidos son sometidos a dos procesos de filtración, uno en EEUU o Europa y, otro, en Santiago de Chile a manos de su directorio.

Sobre 120.000 palabras diarias que recibe el diario a través del teletipo, solo nueve llegan al público. Todas las noticias importantes –en general las de orden político– que vienen del exterior pasan por la dirección del diario y por tanto no son seleccionadas por los periodistas de la sección (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 59)

Por otro lado, los canales de TV de entonces dependían de contenidos procedentes de los EEUU (seriales y películas).

Y los programas de mayor sintonía eran:

- ✓ A nivel nacional, Telenoche (Canal 13) con un 92,3% sobre los T.V. siendo el porcentaje de T.V. encendidas de 70,3% del total de aparatos receptores. Y ello teniendo en cuenta que en 1969 el número de aparatos en Chile fluctuaba entre 250.000 y 300.000.
- ✓ A nivel extranjero, Bonanza, con un 94% sobre TV encendidas (TV encendidas 75,5%) (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 60)

Otro dato revelador que nos permite hacernos una idea más completa del panorama medial del Chile de la UP señala que en 1966 existían en Chile medio millón de tocadiscos y la producción de *long play* alcanzaba las 800 unidades anuales. Lo cual

hacia de Chile el principal país de Latinoamérica en la proporción de venta de discos, dado su número de habitantes (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 61).

Por último, en relación al tema del sistema de medios no podríamos concluir sin antes mencionar, aunque sea de paso, un hecho que, si bien es cierto forma de parte de otra investigación, es de suma relevancia y le dio amplia difusión y repercusión medial a las ideas del gobierno de la UP, no solo dentro sino que fuera del país. Nos referimos a su singular *performance* comunicacional, un ingenioso dispositivo artístico-cultural-comunicacional desplegado al margen de los medios de comunicación y muy bien articulado a la potente plataforma cultural allendista compuesta por un gran movimiento que expresaba lo mejor del arte y la cultura chilena de entonces (teatro, danza, música, pintura, cine, etc.) (TeleSur, 2008). Uno de sus más sorprendentes y potentes componentes fue, sin lugar a dudas, al margen del cartelismo y su cancionero popular (Violeta Parra, Víctor Jara, Inti Illimani, Quilapayún, los Hermanos Parra, Patricio Manns, Rolando Alarcón, etc.), el muralismo callejero (Amorós, 2013). Una expresión surgida a comienzos de los sesenta y que hacia las presidenciales del 70 cobró uno enorme brío de la mano de las brigadas muralistas. Las que cobraron mayor celebridad fueron las Brigadas Ramona Parra (BRP), ligada al Partido Comunista (PC); las Brigadas Elmo Catalán (BEC), vinculadas al Partido Socialista (PS) y las Brigadas Inti Peredo (Saúl, 1972):

Aquí se unían la gráfica, los medios de comunicaciones, los estudios visuales, la tipografía —el trazado y su ubicación en el espacio, los espacios visuales y las observaciones y el protagonista—: el espectador. Es búsqueda y encuentro y desencuentros, unidos al avance de la lucha social. En ese tiempo (1970-73) era Encargado Artístico Brigadista o el equivalente en estos momentos a un Director de Arte de una agencia, cuando todo este tema recién estaba en desarrollo (la idea estaba en darle un lenguaje común que uniera estilo-desarrollo y aprovechamiento del soporte (muros de la calle) y materiales y gente o equipo (brigadistas), para que la propaganda tuviera una firma e identidad y que en cualquiera parte se supiera quién firmaba (González, 2011).

Figura 13. Murales de brigadas muralistas (BRP) en las calles de Santiago de Chile.



Fuente: aporrea.org. Consultado el 21/08/2014

De cuya eficiencia y potente dimensión estética, de fuerte inspiración en el muralismo mexicano (Rivera, Orozco, Siqueiros y Rufino Tamayo), y comunicacional dejó constancia el propio senador Robert Kennedy en su visita a Chile en noviembre de 1965, el cual manifestó su sorpresa por la cantidad de veces y en los lugares más inverosímiles que vio escrito el nombre Allende (Agnic, 2008). De hecho, dicho sea de paso, una de las primeras medidas adoptadas por las autoridades miliares después del golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973 fue pintar de blanco masivamente todos los murales del país, tal y como lo recuerda el pintor José Balmes, uno de los más grandes exponentes de la plástica chilena y latinoamericana, desde su exilio en París:

En tres años de Unidad Popular, el pueblo chileno se inventó un lenguaje que desapareció al mismo tiempo que desapareció la esperanza, la alegría, la liberación de un pueblo. Los cantos se callaron con el golpe de Estado. Pero también los colores sobre los muros, esas caras azules o violetas, los soles, los pájaros, esas manos que se transformaban en banderas, las banderas en poemas, y los poemas en murales simbólicos, magníficos, inmensos como el que bordeaba, sobre cerca de un kilómetro, el río Mapocho, en pleno centro de Santiago. O más simples, a veces ingenuos, torpes, casi conmovedores. Realizados por obreros, campesinos y pintores, siempre colectivos y siempre militantes, ellos contaron semana tras semana, sobre los muros de la ciudad y sobre los muros de los caminos, en las laderas de las montañas, entre cielo y arena, la historia cotidiana de un pueblo durante tres años, su vida, sus

conquistas, sus consignas, y sus combates por venir –en julio, agosto, septiembre de 1973, todos llamaban a la lucha contra el fascismo–. Hoy los militares blanquearon los muros, limpiaron las fachadas. No queda nada de esas extraordinarias imágenes que eran como la expresión de un arte naciente, nuevo (citado en Humblot, 1974).

Figura 14. Murales de brigadas muralistas (BRP) en las calles de Santiago de Chile



Fuente: aporrea.org. Consultado el 21/08/2014.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. TIPO DE ESTUDIO

O intentamos unificar la comprensión del fenómeno (...), o bien, si nos aferramos a la idea de que estas cosas deben permanecer separadas, de que cada especialista debe avanzar en su estudio manteniéndose en su rincón, se producirán en el mundo explosiones que escapan por completo a la comprensión de los políticos tanto como a la de las descripciones antropológicas. En este sentido, volver a cuestionar la división de estos campos, en cierto modo, la autosatisfacción de los psicoanalistas, de los lingüistas, de los etnólogos, de los pedagogos, es algo que no conduce a la disolución de sus saberes sino que se propone para profundizar, para ponerles en condiciones de situarse a la altura de su objeto.

Felix Guattari (citado en Deleuze, 2005: 302)

En primer lugar, nuestra investigación social, que apela a “reproducir representaciones que describen y explican la realidad” (Ragin, 1994: 23), puede ser definida desde un determinado punto de vista como de corte exploratorio cualitativo en el sentido weberiano del término, dado que un enfoque de esta naturaleza nos permite centrarnos en la comprensión de ciertos procesos y realidades históricas a partir de las lógicas perceptivo-subjetivas de sus protagonistas (Pérez, 2001); precisamente porque Max Weber “entiende que el método sociológico debe servir para poder explicar el significado de la acción subjetiva que lleva a cabo un actor determinado, sea éste una persona o una organización” (Coller, 2005:19), en contraposición al *método funcionalista objetivista* postulado por Durkheim (Coller, 2005), conocido como *cuantitativista* (Durkheim, 1956).

En segundo término, puede ser descrita como un estudio de naturaleza multidisciplinar pues bebe de varias fuentes disciplinares o saberes científicos sociales, esto es, historia, comunicación, ciencias políticas; y en alguna medida de la filosofía y la biología, dado que, como diría Richard Sennett, un *acontecimiento* dotado de semejante densidad amerita ser abordado desde un marco o una perspectiva narrativa más amplia. Por lo que recurre a diferentes enfoques analíticos

(cuantitativos/numéricos)¹⁵⁰ y métodos/técnicas (de observación y análisis para recopilar, examinar y evaluar datos) convencionales de las ciencias sociales –al margen de la experimentación–, a saber, la observación (no) participante, la entrevista y el método etnográfico (Van Dijk, 2009: 22) descriptivo. En relación al empleo de la entrevista quisiéramos puntualizar que para el desarrollo de este trabajo realizamos un conjunto de “entrevistas-conversacionales” (entre abril de 2010 y mayo de 2012) con informantes cualificados, los que nos aportaron valiosos testimonios del referido periodo, entre los cuales cabe destacar al destacado al sociólogo y comunicólogo Armand Mattelart (enero de 2012); al politólogo, jurista y uno de los hombres de mayor confianza y cercanía al Presidente Allende, Joan E. Garcés (mayo de 2012); al periodista Tito Drago (abril de 2010); al escritor (filósofo y traductor) y excolaborador del gobierno de la UP, Jesús Manuel Martínez (agosto de 2010); al cineasta Emilio Pacull (junio de 2011); a la escritora (periodista y antropóloga) Margarita Espuña (junio de 2011); a la Dra. Petra Gertke (abril de 2010) y a los nietos del presidente Allende, Marcía Tambutti Allende (junio de 2011) y Alejandro Fernández Allende (mayo de 2012).

Respecto al método etnográfico (tradicional) cabría precisar que estamos hablando más bien del método de *etnografía virtual* (Hine, 2000), digitalizada o hipermedia, que implica, para nuestro caso, específicamente que una parte importante de los datos del investigador (etnógrafo) han sido extraídos del soporte *internético* (blogs, textos digitales, fotografías, vídeos). Pues en efecto, hemos hecho uso de un abundante material audiovisual tal como documentales, películas, conferencias y toda suerte de dispositivos electrónicos dotados de confiabilidad científica que nos han aportado una valiosísima información; la que dicho sea de paso no se encuentra, en muchos casos, en el formato convencional que brindan los textos impresos. Por lo demás, en este sentido existen referencias de investigadores que han empleado páginas web para explicar su investigación, un planteamiento que el profesor Michael Wesch ha trasladado al estudio del portal YouTube (2007).

Por lo anterior, efectivamente, este esfuerzo bien que pudiera ser catalogado de un estudio de corte historiográfico (*media history*) (Fourie, 2010), antropológico

¹⁵⁰Las diferencias entre ambos enfoques no radican en el empleo o no de número sino que más bien son, por un lado, de tipo epistemológico y técnico y, por otro lado, de intencionalidad y respecto de la realidad que uno y otro enfoque pretenden abordar (Quintana Peña, 2006).

(etnohistórico o *etnovirtual*) –en definitiva la historia es el campo de experimentación de la antropología, como diría Marc Augé– con elementos de Análisis de Contenido (Krippendorf, 1990) y de Análisis Crítico de Discurso (ACD) (Van Dijk, 2009); toda vez que se aborda el discurso no solo en tanto objeto “verbal” autónomo, concluso y clausurado, como pudieran ser otra clase de discursos, como el literario por ejemplo, sino que como interacción, como práctica social o tipo de comunicación “que se da en una situación social, cultural, histórica o política” (Van Dijk, 2009: 22).

Asimismo, presenta visos de Estudio de Caso (de corte político historiográfico), dado que con este método de investigación se ve facilitado el uso en el mismo estudio de diferentes técnicas –o la combinación de todas o algunas de ellas–, a saber entrevista, análisis estadístico, interpretación de texto, observación, deconstrucción, etnografía, por cuanto su objetivo es conseguir el mejor conocimiento de un aspecto (sociológicamente) relevante de la realidad. Y, más aún, si hemos de considerar que “el caso a estudiar puede ser una persona, una familia, tribu, región geográfica, religión, política gubernamental, el exbloque soviético o una organización. El método de caso es apropiado cuando se quiere estudiar un fenómeno (por ejemplo la revolución francesa), un objeto (...) o una relación causal (...) iniciando la investigación con las preguntas ‘¿cómo?’ y/o ‘¿por qué?’” (Coller, 2005: 29).

Por último, a favor del pretendido carácter ecléctico o multidisciplinar de la presente investigación, quisiéramos señalar que somos de la idea de que nada más entramos a cuestiones epistemológicas del proceso comunicativo necesariamente tendríamos que recurrir a un enfoque de este tipo, por tratarse además, como diría Richard Sennett, de un fenómeno dotado de una cierta densidad (epistemológica) que amerita ser abordado a partir de una narrativa más amplia. Y porque creemos que con un mínimo de honestidad científica, no podemos seguir hablando de cualquier fenómeno vinculado directamente a la comunicación y al lenguaje, sin conocer –aunque sea mínimamente–, primero, los hallazgos realizados por la filosofía y, luego, los aportes de la biología (neurobiología o neurociencia) a este tema. Con ello estamos aludiendo, en primer lugar, a los aportes de Nietzsche –el primero– a Heidegger y de J. L. Austin con la *performatividad* del lenguaje que desarrolla en su libro *Cómo hacer cosas con palabras* (1962) y, en segundo lugar, con la *filosofía del lenguaje*, que alude a la gran capacidad transformadora del lenguaje: el lenguaje es acción. Además de los aportes de la *filosofía del diálogo* con Martin Buber, que básicamente señala que somos seres conversacionales en *¿Qué es el*

hombre? (1949). Coincidiendo con ello también tenemos al biólogo del conocimiento Humberto Maturana (2001). Algo que a ratos parece ser olvidado.

En segundo lugar, en referencia a los aportes proporcionados por la biología (evolutiva), nos tenemos que remitir a ideas tales como: que somos capaces de hacer solo aquello habilitado y permitido por la biología (por lo que hay que estudiar el cuerpo) para entender lo que pensamos, hacemos y sentimos; que la existencia de una continuidad en la línea evolutiva (de lo humano) nos remite a lo animal y que el factor fundamental que permitió el surgimiento de la especie es, precisamente, el desarrollo de la facultad del lenguaje (o “instinto”, como le llama Steven Pinker (2001b)), como lo sostienen dos de los más importantes biólogos evolutivos, Ernst Mayr (considerado por muchos como el Darwin del siglo XX) y, últimamente, Mark Pagel (*How language transformed humanity*).

Todo ello constituye una muestra inequívoca, no solo de la complejidad que involucra el fenómeno del lenguaje (y la comunicación), sino de que existe un potente conocimiento acumulado multidisciplinar que nos ayuda a inteligibilizar el complejo fenómeno de la comunicación humana. Por ejemplo, si tenemos algunas nociones respecto de la estructura del funcionamiento cognitivo, de atención y percepción consciente, a partir de las características principales del comportamiento cerebral y de nuestros sentidos, podremos penetrar más profundamente en las causas y en los fundamentos mismos (neurológicos) del fenómeno comunicativo.

4.2. ESTRATEGIA EPISTEMOLÓGICA

Lo que me gustaría retomar es cómo la preocupación por uno mismo, que había sido durante mucho tiempo antes de Sócrates y en la tradición griega, dirigida por el principio memorable de una existencia brillante y memorable, cómo es principio de la preocupación de sí dirigido por una existencia brillante y memorable, no ha sido reemplazado, sino retomado, moldeado, modificado, reelaborado por el principio de decir la verdad, al que debemos enfrentarnos con valentía. Cómo han sido combinados el objetivo de una belleza de la existencia y la tarea de dar cuenta de uno mismo en el juego de la verdad: El arte de la existencia y el discurso verdadero, la relación entre la existencia bella y la verdadera vida, la vida en la verdad, la vida por la verdad...

Michel Foucault (en Calderon, 1984)

A lo señalado anteriormente, cabría añadir algunas otras inspiraciones epistemológicas que nos parece imprescindible explicar en términos generales, tanto por lo que respecta a la parte teórica de nuestro trabajo, como a aquella que se refiere a la parte más práctica relativa a los análisis de nuestro corpus. En efecto, en lo que respecta a la primera parte de la investigación, al Marco Teórico Referencial, en primer lugar, tenemos que remitirnos al hecho de que este trabajo reconoce abiertamente cierta inspiración teórica en lo que se ha venido en llamar la *Historia Social* o *Nueva Historia*, desarrollada fundamentalmente en Chile a partir de los años ochenta y teniendo como a uno de sus principales impulsores al historiador chileno y Premio Nacional de Historia 2006 de ese país, Gabriel Salazar. Este destacado analista, junto a una serie multidisciplinar de investigadores (antropólogos, sociólogos, periodistas, etcétera) interesados en trascender los designios de esa “verdad oficial” —por no decir derechamente oficiosa u oficialista—, ha puesto en el centro del debate historiográfico “la historia de los vencidos, la del ciudadano medio y de los seres anónimos en general” (Salazar, 2010: 551).

Al despejarse de ese modo la memoria histórica, han aparecido sobre el escenario masas completas de chilenos anónimos, que son los que han extraído y elaborado las riquezas naturales del país, los que han luchado contra los que se apoderaban del producto de su trabajo y los que, mientras hacían todo eso, procuraban sobrevivir, por sí solos o con sus misérrimas familias. Al centrar la mirada histórica en y desde la situación específica de estas masas sociales, las élites y los vencedores aparecen con un

perfil desmejorado, sin bronceados de héroes y sin aureolas éticas con las que los grandes personajes del pasado suelen aparecer revestidos (Salazar, 2010: 551).

Un planteamiento teórico que, por lo demás, es perfectamente coherente con el hecho de que con posterioridad de todo el influjo freudiano y posfreudiano con el llamado posestructuralismo (“francés”), que reúne autores tan dispares entre sí como es el caso de Roman Jakobson, C. Lévi-Strauss, J. Lacan, M. Foucault, L. Althusser, R. Barthes (Deleuze, 2005: 223), y que señala que la historia y la vida social han sido muy bien explicitadas, precisamente, a partir de las pulsiones individuales –al margen de referencias historiográficas¹⁵¹–; dado que el individuo es un inmejorable catalizador y espejo de su tiempo, de los conflictos sociales e históricos. Una suerte de escrituración de la historia *gegen den strich* (“a contrapelo”), a partir de la visión de los vencidos (de clase), que harán tanto Walter Benjamin (*Tesis sobre el concepto de historia*, 1940) como Nietzsche. Con una diferencia no menor entre ambos, “mientras que la crítica de Nietzsche (*De la utilidad o inconveniencia de la historia para la vida. Consideraciones intempestivas* N° 2, 1874) contra el historicismo se hace en nombre de la Vida o del individuo heroico, la de Benjamin habla en nombre de los vencidos (Löwy, 2014).

Con lo anterior nos remitimos a otra de las influencias teóricas de la presente investigación, Michel Foucault. En efecto, a partir de lo anterior, cabe destacar que el propio Michel Foucault habla de “*la prise du pouvoir dans l’ordinaire de la vie*” (tomar el poder en el curso ordinario de la vida), en la vida de los hombres y los acontecimientos. Lo cual inspira su particular noción (de la reflexión/recuperación) de la historia y, más específicamente, del quehacer historiográfico. No obstante, lo que Foucault hace, pensando por ejemplo en *Vigilar y Castigar* (1975), *Historia de la locura en la época clásica* (1961), Raymond Roussel (1963), *El nacimiento de la clínica* (1963), *La Historia de la sexualidad* (1976), principalmente, en realidad son “estudios históricos” a partir de la “labor de filósofo”. Que es menester diferenciarla de la “labor de historiador” y de la “filosofía de la historia”, que, específicamente, nos remite a la tarea de pensar la historia (Deleuze, 2005: 223). Y pensar la historia, dado que “lo histórico son las formaciones estratificadas, hechas estratos” (Deleuze, 2005:

¹⁵¹En este sentido diremos que C. Lévi-Strauss, el llamado padre de la antropología moderna, señala que haciendo de la necesidad virtud, podemos perfectamente estudiar una sociedad, o un aspecto importante de ella, sin contar con demasiadas referencias históricas. Aunque es evidente que nunca estará demás contar con ellas, no es menos cierto que nunca contamos con el espesor histórico ideal a la hora de emprender una investigación (Beuchot, 1972).

223), nos remite a “alcanzar una materia no estratificada, entre las capas o los intersticios. Pensar supone una relación esencial con la historia, pero no es algo histórico, lo mismo que no es eterno. Se aproxima más a lo que Nietzsche llamaba lo intempestivo: pensar el pasado contra el presente –lo cual sería un lugar común, nostalgia o retorno, si no se añadiese el final– en beneficio, espero, de un tiempo futuro” (Deleuze, 2005: 223).

Por otro lado, esta suerte de “pensar de otra manera” ha dado pábulo a los tres ejes presentes -y sucesivamente descubiertos- en la obra de Foucault, a saber: los *estratos* como formaciones históricas (*arqueología*), el exterior como más allá (estrategia) y el interior como substrato (*genealogía*); y que nos permite comprender cabalmente la noción de historia, más bien de arqueología, la arqueología del saber, que propone Foucault (Deleuze, 2005: 223).

Lo *estratificado* constituye, en este sentido, un Saber, la lección de cosas y la lección de gramática, y es susceptible de una arqueología. La *arqueología* no remite necesariamente al pasado sino a los estratos, pues hay una arqueología de nuestro tiempo. Presente o pasado, lo visible es como lo enunciable: no es objeto de una fenomenología sino de una epistemología (Deleuze, 2005: 224).

Ahora bien, dado que la arqueología remite antes que al pasado a estratos, y que existiría una arqueología del presente, su tarea será descubrir una verdadera forma de expresión –no confundible con unidades lingüísticas– que él denomina enunciados, los que nunca son directamente legibles ni decibles. Ello nos permite comprender que cada época dice cuanto puede decir en función del lenguaje del que dispone. Lo mismo ocurre con las visibilidades. De tal modo que “una época solo ve lo que puede ver, independientemente de la censura y la represión, en función de las condiciones de visibilidad, de la misma forma que enuncia el conjunto de lo que puede enunciar. Nunca hay secreto, aunque nada sea inmediatamente visible ni directamente legible” (Deleuze, 2005: 236).

Asimismo, existe otro concepto que cobra relevancia en nuestra investigación y que, estando presente en la reflexión de Foucault, es desarrollado, más bien *stricto sensu* por el propio Gilles Deleuze (2007). Nos referimos al concepto de acontecimiento. Un concepto que ilustra muy acertadamente, a nuestro juicio, una clase de “fenómenos históricos” como bien pudieran ser el proceso de la Revolución Chilena que desembocó

en el gobierno del Presidente Allende y la Unidad Popular (UP), que no solo escapan a los determinismos o causalidades, sino que definitivamente son de una naturaleza “otra”, y más aún, pertenecen a lo que él denomina el orden de los ACONTECIMIENTOS puros, o “grandes acontecimientos”, como los llamó Nietzsche –y que Zaratustra tilda “de salados, embusteros y poco profundos”–: son aquellos hechos que marcan claramente un antes y un después, el comienzo (de un nuevo tiempo) y el fin de una era/época (Nietzsche, 1911).

Se trata, en efecto, de una clase de acontecimientos que, contrariamente a la opinión de los historiadores, poseen siempre una parte irreductible a los determinismos sociales, porque “se encuentran en una suerte de ruptura o desnivel respecto de las causalidades” (Deleuze, 2007: 213-214). Cuando se produce una mutación (crisis) social, como la que origina el París de 1968 o la UP, por ejemplo, algunas sociedades crean ciertos “dispositivos colectivos”. Una suerte de “artefacto/dispositivo social” dotado de creatividad, iniciativa e inventiva que promueve y constituye un nuevo estado social capaz de conectarse con cierta pulsión y de “dar respuesta a la nueva realidad y a una nueva subjetividad, de modo tal que dicha sensibilidad termine por identificarse con esa mutación” (Deleuze, 2007: 213-214). Es por ello que esta clase de acontecimientos (puros) son también “bifurcación, una desviación de las leyes, un estado inestable que abre un nuevo campo de posibilidades” (Deleuze, 2007: 213) y apertura de lo posible. Ocurren en el interior de los individuos tanto como en el espesor de una sociedad toda, pues se trata de fenómenos eminentemente colectivos, en definitiva de una suerte de fenómenos “creativos” y de “videncia” social, en virtud de lo cual las sociedades hacen un alto en su devenir histórico, observan y advierten lo que tienen de intolerable, visualizando al mismo tiempo las posibilidades de otorgarse algo distinto (Deleuze, 2007: 213-214).

4.3. FUNDAMENTOS (TEÓRICO) METODOLÓGICOS

Dado que el componente central del mega-plan dual impuesto en Chile –que cruzaba de punta a cabo sus dos articulaciones– fue la comunicación, en virtud del cual la CIA desarrolló e implementó un amplio y masivo programa de propaganda (negra), desinformación y mentiras (Church, 1975), procedimos a analizar a fondo dicho

informe con el objeto de (re)establecer –vía inferencia– dicho plan. Y, una vez (re)configurado el conjunto de orientaciones formuladas por dicho organismo de inteligencia, que para efectos metodológicos hemos denominado “Pauta propagandístico-desinformativa”, corresponderá a continuación someter este dispositivo a verificación, en cumplimiento del propósito fundamental de la presente investigación, cual es, develar la estrategia discursiva empleada por el diario *El Mercurio* en su cometido y determinar, en definitiva, cuál fue el rol que en verdad le cupo (desempeñó) a este medio de comunicación en el contexto de la estrategia propagandística y desinformativa puesta en marcha por el gobierno estadounidense en Chile con los fines (políticos) desestabilizadores antes referido.

La estrategia metodológica general que emplearemos en nuestro cometido (verificación de la pauta y develar la estrategia discursiva empleada por el diario *El Mercurio*) triangula entre el análisis cuantitativo tradicional y lo cualitativo -que a su vez, articula diversos enfoques teóricos y técnicas, a saber, Análisis de Contenido- y Análisis Crítico de Discurso (ACD). Más específicamente, en relación al Análisis de Contenido (AC) de los métodos tradicionales de investigación en ciencias sociales para los estudios de media, diremos que, básicamente, nos permite establecer de entrada un mapa (codificación) y nodo conceptual (conceptualización), actoral (actantes) y temático (tematización y análisis de contraste) (Krippendorff, 1990; Bryman, 2004).

Una técnica que, dicho sea de paso, conjuga muy bien ambos enfoques analíticos (cuali-cuantitativo) y que aborda, por otra parte, muy decididamente la relación entre las estrategias discursivas de los medios de comunicación y sus efectos sociales (cognitivos conductuales); dado que ve en ellos, más allá de la función de entretenimiento que de suyo poseen, que pueden transformarse en poderosas máquinas de moldeamiento de la opinión pública (Krippendorff, 1990: 253). Por lo demás, con este tipo de análisis, por una parte, se trata de conocer las características fundamentales del comunicador y su contexto, los mensajes y sus efectos sobre el auditorio (el qué se dice, cómo, a quién, por qué y con qué efecto) (Krippendorff, 1990: 32) y los fundamentos teóricos necesarios de los procesos aleatorios para la determinación final de la muestra de análisis (plan de muestreo) en la inclusión de datos, por otra (Krippendorff, 1990: 257).

En esta misma dirección –dimensión cualitativa– esta investigación posee ciertas influencias importantes de otros modelos o procedimientos metodológicos, como es el caso

de la perspectiva semiótica greimasiana. Aquí nos interesa destacar, en concreto, algunos procedimientos (analíticos) y, básicamente, el rico aparataje conceptual empleado en esta clase de modelos analíticos (semióticos), en virtud de lo cual, en términos generales, un texto –que es permanencia y diacronía– puede reducirse a un escaso número de “estructuras fundamentales” (redundantes) o categorías temáticas o de sentido (permanencia). En donde tenemos en lo que respecta a la diacronía, ésta se manifiesta en el hecho que las estructuras fundamentales van acompañadas de un conjunto de “estructuras secundarias” que se articulan en las “estructuras primarias” (Greimas, 1987). Básicamente, a partir estas definiciones es posible construir un modelo de organización de las significaciones contenidas en el conjunto de mensajes, que es en definitiva el objeto de esta perspectiva analítica.

Un modelo que en términos muy generales plantea el siguiente procedimiento: levantamiento de un inventario conceptual (términos recurrentes), los cuales se enraizan en ciertas estructuras del discurso como es el caso de los actantes (personajes catalizadores de roles o actores) que presiden la acción y que se transforman a posteriori en categorías conceptuales explicativas de la ideología (isotopías); una suerte de estructura secundaria (de sentido) que se establece a partir de los textos y que se reduce, en nuestro caso, por ejemplo, a la paradigmáticas oposiciones binarias Gobierno (UP) / Oposición (RN-DC). Es a partir de las isotopías (secundarias) en donde podemos deducir la organización racional que rige el discurso y, por otro lado, si interrogamos las isotopías podremos captar la estructura de sentido de la mitología puesta en juego. De la combinatoria de los otros pares oposicionales en las otras unidades reiterativas, que se articulan en torno a la estructura binaria superior, surge el orden instituido y correspondiente a ambos (supra) órdenes dispuestos en forma de matriz de los principios estratégicos del discurso o texto.

Por otra parte, la presente investigación también reivindica, de algún modo, el Método Retórico (*Nueva Retórica*). Entendiendo que ésta se trata, además, de una técnica –y nuestro impulso metodológico combina diferentes técnicas– que atiende al conjunto de instrucciones o reglas relativas a la construcción o estudio (en sus niveles internos y externos) de una clase de discurso (texto) cuya función principal es “influir persuasivamente en el receptor” (Albaladejo, 1991: 11). Al margen del estudio de estos niveles del discurso, se ocupa, además, de sus diferentes elementos constitutivos, referenciales y comunicacionales. Asimismo, nos interesa destacar que cuando

hablamos de retórica, en cualquiera de sus dos dimensiones fundamentales (como ciencia y como técnica), nos estamos remitiendo a los conceptos de persuasión (manipulativa) y la idea o noción de texto (discurso). En donde texto / discurso en el modelo retórico se corresponde con una construcción material-lingüística producida por la actividad comunicacional del hablante u orador y que en tanto objeto lingüístico posee dos niveles principales (*dispositio* y *elocutio*) y elementos constitutivos que se relacionan estructuralmente (Albaladejo, 1991: 45).

Por su parte, para Van Dijk y Kintsch, el texto es un término teórico y se corresponde con una “secuencia de oraciones que posean una *macroestructura* (...) que ya se corresponde sólo indirectamente con el empleo de esta palabra en la vida cotidiana, donde designan así sobre todo las realizaciones lingüísticas escritas e impresas” (1983: 55). Por manipulación, a su vez, por el lado de la dimensión simbólico-comunicativa del término, entendemos “una forma de interacción, como por ejemplo la manipulación de los electores que realizan los políticos o los medios de comunicación, en otras palabras, a través de algún tipo de influencia discursiva” (Van Dijk, 2009: 352).

Otro de los conceptos de este modelo que cobran algún grado de utilidad en nuestra tarea analítica son los conceptos de categorías retóricas, de *microestructura*, relativo a las estructuras de oraciones y secuencias de texto, y el concepto de *macroestructura*, que se refiere a la representación abstracta de la estructura de significado global de un texto. Van Dijk y Kintsch dirán que *macroestructura* (estructuras globales) trata de las conexiones que se basan en el texto como un todo, en contraposición a la *microestructura*, que corresponden más bien a las estructuras de oraciones y secuencias de texto. O, dicho de otro modo, la *macroestructura* de un texto corresponde a la “representación abstracta de la estructura global de significado de un texto” (1983: 55).

Asimismo nos parece útil para nuestro análisis del Modelo Retórico el planteamiento de fondo de la “teoría de la argumentación”. Un planteamiento a partir de la cual Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca señalan todo un proceso de revitalización de la Retórica más clásica poniéndola al centro de la “nueva retórica” como una de las partes más importantes y clave de los procesos persuasivos (Capdevila, 2004: 18). En términos generales, dicho planteamiento teórico se refiere a que uno de los presupuestos básicos de toda argumentación procede de algún punto de acuerdo y un consenso básico o inicial, el que al mismo tiempo para poder ser alcanzado y asegurar una eficiente

adhesión (persuasión) por parte de los interlocutores requiere contar con la correcta elección –de parte del orador– de los contenidos e información adecuados, ya que sin lo cual no solo no será posible el vital acercamiento de las partes sino que se hace imposible, además, la introducción de nuevas materias (discutibles y controversiales) en el debate (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989). Un planteamiento que, dicho sea de paso, no dista mucho de las tesis de E. L. Bernays expuestas en *Crystallizing Public Opinion* (1923), *Propaganda* (1928) y *The Engineering of Consent* (1965), en lo que respecta a la “fabricación del consenso” (ingeniería del consentimiento), tampoco muy lejano del planteamiento de W. Lippmann en este sentido en *Public Opinion* (1922).

Ahora bien, para esta teoría se establece el desarrollo de los consensos básicos, para lo cual se han de estipular ciertas bases que hacen posible los acuerdos implícitos y que se dividen en dos: la categoría que se ocupa de hechos, verdades y presunciones; y la que lo hace de los valores, jerarquías y *loci* de lo preferible o preferencias y pretericiones. Por otro lado, esta teoría argumentativa nos remite a contenidos clave para su desarrollo, a saber, el concepto de mundos posibles (persuasivos). Que el semiólogo y escritor medievalista, Umberto Eco, define como “un conjunto de individuos dotados de propiedades. Como algunas de esas propiedades o predicamentos son acciones, un mundo posible también puede interpretarse como un desarrollo de acontecimientos. Como ese desarrollo de acontecimientos no es efectivo, sino precisamente posible, el mismo debe depender de las actitudes proposicionales de alguien que lo afirma, lo cree, lo sueña, lo desea, lo prevé, etcétera” (1990: 181).

No obstante lo anterior, diremos que nuestro trabajo, en lo que respecta a su dimensión analítica, adscribe al enfoque denominado Estudios Críticos del Discurso (ECD). Un enfoque de corte activista (militante), crítico y comprometido, a la par que un movimiento académico e intelectual que en términos generales dispone de diferentes métodos y técnicas para analizar las estrategias y las estructuras discursivas, y que desde los 80 virtualmente vino a reemplazar a la actividad analítica que lisa y llanamente era denominada como Análisis de Discurso (AD). En efecto, a partir de la publicación de *Language and Control* de Robert Fowler, Bob Hodge, Guther Kress y Tony Trew en 1979, en donde fundamentalmente Fowler y su equipo de trabajo proponían la creación de una “lingüística crítica”, esta noción de los ECD se ha extendido rápidamente a los diferentes campos de la lingüística y de las ciencias sociales, con el propósito fundamental de demostrar básicamente “que los textos y las conversaciones y, sobre

todo, las formas de discurso público controladas por las elites simbólicas, los políticos, los periodistas, los científicos, los escritores y los burócratas, construyen, perpetúan y legitiman muchas formas de desigualdad social, tales como las basadas en el género, la clase y la raza” (Van Dijk, 2009: 11).

Por lo que este enfoque centra su interés en el proceso mediante el cual el discurso participa en la reproducción y en el abuso del poder en la sociedad. Por lo que el objetivo de este tipo de estudios radica, principalmente, en el rol que le cabe al discurso en la reproducción y en el abuso de poder, como formas de dominación y usos ilegítimos “del poder de grupo y del poder de élite que conducen a la desigualdad y a la injusticia social” (Van Dijk, 2009: 12). Específicamente nos interesa la violación de las normas y valores fundamentales de la sociedad o, consecuentemente, la conculcación de derechos sociales y civiles, como ocurre, en el ámbito de la comunicación y el discurso, con el derecho a la educación y a estar (bien) informado (Van Dijk, 2009: 12). De donde resultan clave no solo los conceptos de abuso e ilegitimidad, pues se trata, además, de advertir por qué y de qué modo un discurso es abusivo e ilegítimo (apelando al uso normativo respecto de lo cual emplea la Ética y la Filosofía moral), como asimismo por qué y de qué manera viola las normas y los valores fundamentales de la sociedad. Al respecto, Van Dijk nos remite, además, al planteamiento habermasiano (Habermas, 1999) relativo al “fundamento social, legal y filosófico de una sociedad justa y democrática y de los principios éticos del discurso, la interacción y la comunicación” (2009: 355).

Ahora, dado que el enfoque de los ECD apela tanto a la multidisciplinariedad como a la pluralidad metodológica (técnicas), lo combinaremos para efectos de nuestro quehacer analítico con la técnica del Análisis Crítico del Discurso (ACD), propiamente tal –también propuesta por Van Dijk–, que ya cuentan con una larga tradición desde los albores de la Escuela de Frankfurt y que en términos generales se refiere a “un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (Van Dijk, 2009: 149). Una técnica que por lo demás, siguiendo el planteamiento vandijkiano, asume una postura explícita en los asuntos y combates sociales en apoyo a la resistencia contra la dominación (social y cultural) y la desigualdad, por lo que aspiran –los ACD– a contribuir a dotar de poder a quienes van en pos de la justicia y la

igualdad social. “Y no lo hacen solo como ciudadanos, sino también en tanto que, precisamente, investigadores. Aspiran a producir conocimiento y opiniones, y a comprometerse en prácticas profesionales que puedan ser útiles en general dentro de los procesos de cambio político y social” (2009: 150-151).

Procederemos a explicitar, con más o menos detalle, algunas nociones y procedimientos fundamentales para el empleo por esta técnica (ACD) de análisis siguiendo el planteamiento de Teun van Dijk en *Discurso y poder* (2009).

4.4. ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO (ACD)

Dado que el ACD se hace cargo específicamente del abuso de poder discursivo, en donde la manipulación es uno de los ejes estratégicos de esta clase de fenómenos o hechos sociales –nuestro tema–, hemos de referirnos, siguiendo a Van Dijk (2009: 380), a algunas propiedades de la manipulación en la triangulación discurso, cognición y sociedad. En primer término, diremos que el enfoque discursivo analítico se hace necesario porque la mayor parte de la manipulación es llevada a cabo mediante un texto/discurso –oral o escrito– y luego que los objetos de la manipulación resultan ser seres humanos (cognición), y ello implica necesariamente una forma de interacción que implica poder (social). Más específicamente, involucra abuso de poder y dominación. Por manipulación esta técnica entenderá, básicamente, una práctica comunicativa (discurso) e interaccional (social), en la cual el manipulador ejerce control sobre los otros contra la voluntad e intereses de éstos, por lo que es ilegítima.

Por lo general se trata de hacer creer algo al interlocutor que atenta contra sus intereses y va en directo beneficio de los intereses del manipulador, por lo que se trata de controlar la mente, mediante las creencias (cognición) y acciones de los otros (cognición social). Ahora, sin tales connotaciones negativas la manipulación sería una forma más de persuasión. La diferencia fundamental entre una y otra forma discursiva radica en el hecho de que en el caso específico de la manipulación, las personas que son objeto de este tipo de acción son consideradas verdaderas víctimas de tales circunstancias, al carecer de libertad y opciones –lo cual radica principalmente en la ausencia de conocimiento– a la hora de detectar, contrarrestar y resistirse a la manipulación.

4.4.1. MANIPULACIÓN Y SOCIEDAD

La manipulación implica necesariamente poder y dominación, por lo que estamos en presencia de una acción de control (social, político e ideológico) por parte de algunos actores sociales ejercido sobre otros. Un control que se ejerce a través de la mente (creencias y acciones) de los otros y para que ello ocurra deben satisfacerse ciertos criterios sociales que hagan posible el control manipulativo, o sea, la dominación. Ésta, además, implica necesariamente abuso de poder y una exigencia de acceso y control sobre determinados recursos, por ejemplo el acceso preferencial a los medios de comunicación y al discurso público en conjunto con otros sujetos partícipes de una elite simbólica. En definitiva, de este tipo de acceso y control constituyente depende el poder, pues la dominación como práctica discursiva de los grupos dominantes se plantea, precisamente, con el propósito de confirmar y reproducir el poder, por lo que se hace necesariamente ilegítima. Ilegítima, no solo porque vulnera los intereses de unos a favor de otros (élites y grupos de poder), sino que porque además vulnera derechos fundamentales de algunas personas (derecho a estar debidamente informado), generando formas de desigualdad e inequidad social (Van Dijk, 2009).

Van Dijk cuando habla de esa “debida” información se está refiriendo concretamente, al menos, al acceso a un tipo de información oportuna, equilibrada, relativamente completa, desprejuiciada, relevante, en definitiva, información de calidad (2009).

4.4.2. MANIPULACIÓN Y COGNICIÓN

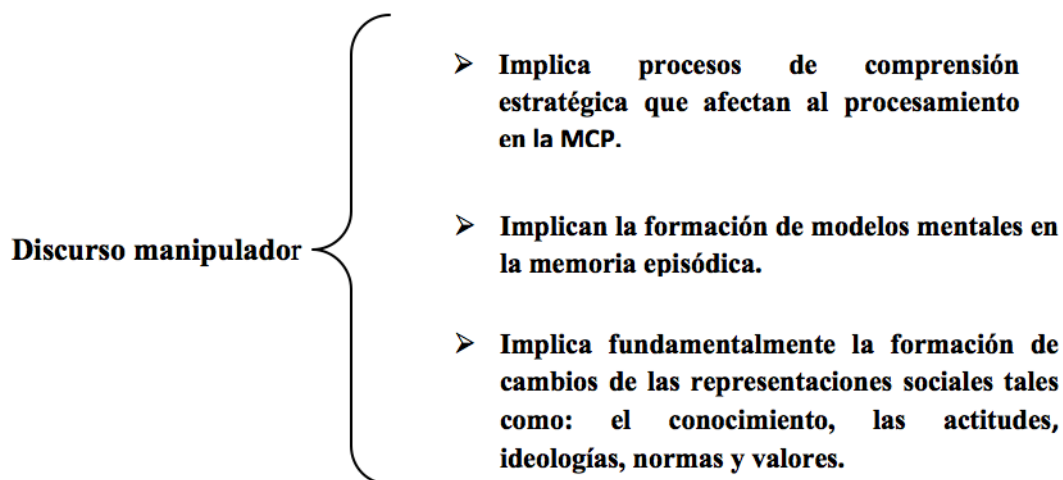
Manipular a la gente se refiere a controlar sus conocimientos (creencias), opiniones e ideologías y, en definitiva, sus conductas y acciones (sociales), o sea la mente de las personas. En el ACD lo que se estudia es cómo se manipula en ciertos niveles de nuestras estructuras cerebrales, como por ejemplo manipular la comprensión a nivel de la Memoria de Corto Plazo (MCP), a partir de ciertas **estrategias basadas en atajos y conjeturas rápidas y eficientes**. La idea es distraer la atención, ya que ciertas características o rasgos del texto pueden atraer o desviar la atención (comprensión) de determinados contenidos noticiosos. Ejemplo: los titulares, títulos o destacados (cuerpo de letra grande, negrita, etcétera.) como expresión de las *macroestructuras semánticas o tópicos*. Aunque, obviamente, esta táctica no es privativa de discurso manipulativo, lo es, claramente, cuando se trata de desviar la atención hacia tópicos irrelevantes cuando están en juego otros realmente importantes, o cuando se entrega información parcial respecto de determinados contenidos. Por lo general en estos casos, en los modelos contextuales (representaciones sociales) existe un plan explícito para dificultar o perjudicar la correcta comprensión de los hechos.

Pero donde opera mayormente la manipulación cognitiva que está dirigida a dividendos más estables es a nivel de la **memoria episódica o Memoria de Largo Plazo (MLP)**, pues de lo que se trata es de operar sobre nuestro conocimiento, actitudes e ideología. En términos generales, sabemos que nuestros recuerdos están almacenados a modo de modelos mentales específicos dotados de sus propias estructuras y la comprensión de una noticia implica la elaboración de un modelo similar que se asocia, en la memoria episódica, con modelos más completos que incluyen nuestras propias opiniones y emociones con un determinado evento oído o leído y que en definitiva construirán la base de nuestros recuerdos futuros, y la base de nuestro aprendizaje y adquisición de conocimiento, actitudes e ideología. Ahora, si bien es cierto que estos modelos mentales son únicos e individuales, también existen instancias de conocimientos y creencias socialmente compartidas, que no solo definen nuestros procesos de comprensión de enunciados y textos, sino que los resultados de este proceso cognitivo son representados en los llamados *modelos contextuales* (creencias socialmente compartidas).

Es por todo ello que ocupan un rol central en las preocupaciones manipulativas, que precisamente están dirigidas a la formación, activación y usos de esos modelos mentales alojados en la memoria episódica. Por lo demás, existen estrategias discursivas dirigidas específicamente a la activación o construcción de ciertos modelos mentales “preferentes” de grandes sectores de la población. Por ejemplo: culpar a la víctima. La gran mentira de Bush es un ejemplo más que claro (Martínez Selva, 2009). En ella se basó para hacer la guerra e invadir a uno de los países mayor productor de petróleo del mundo con el argumento (falaz) de la tenencia de armas químicas por parte del régimen de Saddam Hussein y sus supuestas conexiones con Al-Qaeda; o las mentiras de José María Aznar, entonces presidente del gobierno español, con motivo del atentado de Atocha del 11 de marzo de 2004 en Madrid, en vísperas de las elecciones generales de ese año. Otro ejemplo que cita Van Dijk (2009) es el tratamiento del tema de la inmigración con fines políticos y electorales, asociándola a delincuencia e ilegalidad. La idea es activar ciertas creencias socialmente compartidas –bastantes generales– sobre temas sociales importantes y a veces complejos

O sea, la **manipulación se centra específicamente en el control de las representaciones sociales**, pues es allí en donde radica el qué hace y qué dice la gente, por lo que poseen una importancia fundamental para la interacción y el discurso, por ejemplo de las estrategias de la generalización: Estados Unidos y el terrorismo luego del 11/S. A partir de un suceso de fuerte contenido emocional se hace creer a la gente que ciertas acciones políticas les favorecerán. Los estadounidenses, en efecto, creyeron que el aumento del gasto militar se debía a razones de defensa y seguridad de la nación y no que se trata en verdad de un lucrativo negocio de armas en beneficio de la industria armamentista y en desmedro del gasto social (Van Dijk, 2009). Otro ejemplo que pone Van Dijk en relación a este tema es el de la manipulación que se hace con la defensa de las ideas neoliberales de libre mercado enfatizándolas a partir del valor primario y universal de la libertad (2009).

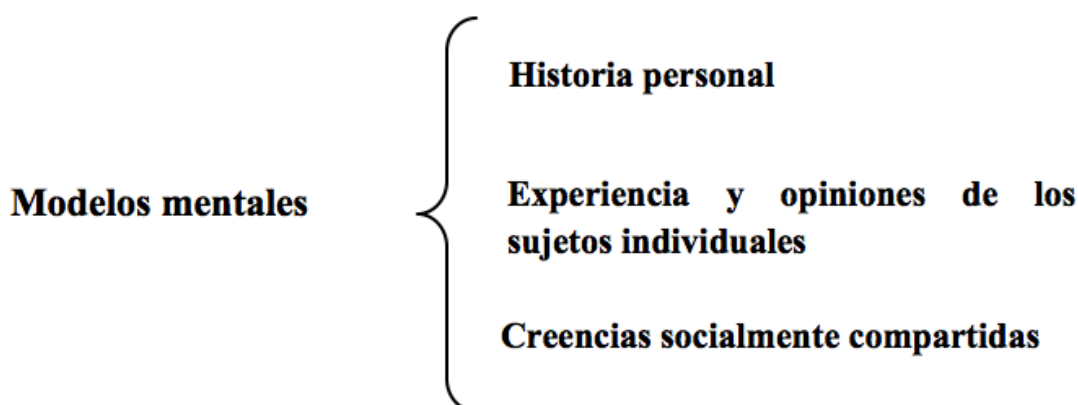
Figura 15. Diagrama del discurso manipulador



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, los procesos cognitivos manipulativos operan sobre la base de que la MLP almacena, además de experiencias personales, creencias compartidas o representaciones sociales y el núcleo de estas creencias, que se adquieren paulatinamente a través de nuestras vidas, es nuestro *background* sociocultural, que nos permite interactuar significativamente con el otro (Van Dijk, 2009: 364). Y la única manera de resistir estos procesos es el conocimiento, y por ello es que es tan perseguido por el poder, en todo tiempo y lugar, el pensamiento disidente y el espíritu crítico.

Figura 16. Diagrama de los modelos mentales



Fuente: elaboración propia.

4.4.3. DISCURSO

Siguiendo a Van Dijk (2009), una vez más, diremos que las estructuras discursivas cumplen la función manipulativa en situaciones comunicativas específicas y en virtud de cómo sean interpretadas por los involucrados en determinados modelos contextuales. Dicho de otro modo, el significado manipulativo –o no– de un discurso depende fundamentalmente de los modelos contextuales de los receptores involucrados en los mensajes y se da, para que hablemos de manipulación, prioritariamente en el ámbito de la comunicación pública controlada por élites del poder, sean éstas corporativas, académicas, mediáticas, burocráticas o políticas dominantes (Van Dijk, 2009: 369).

Y dado que las estructuras discursivas no son manipulativas *per se*, algunas de ellas son realmente más eficientes que otras para ello. Por ejemplo, los titulares son de uso preferente para expresar tópicos y señalar la información que interesa destacar o darle peso a aquella información que no lo tiene de suyo, o bien quitárselo si es menester. Una de las estrategias discursivas sesgadas más típicas de los discursos manipulativos, que se aplica a muchos niveles, es la **autopresentación positiva y la presentación negativa de los Otros** (inmigrantes, terroristas, juventud, etcétera), a la par que a estos últimos se les culpa de los hechos y situaciones negativas (Van Dijk, 2009: 370).

Dicha estrategia se puede aplicar a las estructuras de diferentes niveles discursivos:

- Estrategias generales de interacción:
 - Autopresentación positiva.
 - Presentación negativa de los Otros.
- Macro actos de habla que implica Nuestras “buenas” obras y Sus “malos” actos, por ejemplo acusación, defensa.
- Macroestructuras semánticas: selección de tópico
 - (Des)enfatar los tópicos negativos/positivos acerca de Ellos/Nosotros.
- Actos de habla locales que implementan y apoyan los globales, esto es, afirmaciones que prueban acusaciones.
- Significados locales Nuestras/sus acciones positivas/negativas

- Dar muchos/pocos detalles.
 - Ser general/específico.
 - Ser vago/específico.
 - Ser explícito/implícito
- Lexicón: selección de palabras positivas para Nosotros y negativas para Ellos
- Sintaxis local
 - Oraciones activas frente a pasivas, nominalización: (Des)enfatisa Nuestra/Su agentivización y responsabilidad positiva/negativa.
- Figuras retóricas
 - Hipérboles (exageración) frente a eufemismos para significados positivos/negativos.
 - Metonimias (trasnominación) y metáforas que enfatizan nuestras/sus propiedades positivas/negativas.
- Expresiones: sonoras y visuales
 - Enfatizar (negritas, cuerpo de letra más grande, etcétera) significados positivos/negativos (Van Dijk, 2009: 370).

La función empírica de tales estrategias y alteraciones discursivas a diferentes niveles del texto consiste, principalmente, en que se implementa “el cuadro ideológico usual de la polarización de grupos discursivos des/enfatizar buenas/malas cosas nuestras/de ellos que uno encuentra en todos los discursos ideológicos” (Van Dijk, 2009: 370-371); muy probablemente presentes en las acciones de manipulación política, como muestra el citado contenido discursivo de Bush con motivo de los atentados del 11/S, o los de Aznar con respecto a los de Atocha del 11/M, “plagados de ideologías racistas, antiárabes, antiIslam, antiterrorista, nacionalista; enfatizando a naturaleza malvada de los terroristas y la libertad y principios democráticos de las naciones ‘civilizadas’” (Van Dijk, 2009: 371).

Todo ello con el fin lograr activar ciertos modelos contextuales y captar el consentimiento ciudadano de hacer la guerra a través de la exaltación de los valores (patriotismo, libertad, democracia, etcétera) versus los (anti)valores atribuidos a los otros. Hicieron creer, con el apoyo de los grandes medios de comunicación y con los falaces argumentos de las armas de destrucción masiva y las conexiones de Hussein con Al Qaeda, a todo un país que se encontraba en peligro: la gran mentira de Bush (Van Dijk, 2009; Martínez Selva, 2009). Por lo general en esta suerte de cruzadas (patrióticas) aquellas voces críticas simplemente son tildadas de antipatrióticas, dictatoriales y antidemócratas. Por lo que es muy difícil nadar contra la corriente ya que la lógica bipolar que se impone es **somos Nosotros o Ellos, sindicados estos últimos sistemáticamente como portadores de valores, características y acciones negativas.**

A ello alude, precisamente, la teoría de la espiral del silencio (Noelle-Neumann, 2003). Ahora bien, Van Dijk (2009) señala que la manipulación sociopolítica (ideológica) y en general los discursos manipulativos, dado que se presentan en todos los niveles discursivos estructuras y estrategias manipulativas, no pueden ser extensibles a cualquier discurso de naturaleza ideológica, por lo que es necesario que se cumplan ciertas restricciones o criterios específicos para que propiamente estemos en presencia de un discurso manipulativo, tales como: **la posición dominante del manipulador y la carencia de conocimiento relevante por parte del receptor** (Van Dijk, 2009). Por otro lado, aunque las estrategias discursivas del tipo de acciones manipulativas no son solo exclusivas del discurso manipulativo, sí existen algunas que son de uso prioritario de este tipo de formas (de manipulación), como por ejemplo algunos tipos específicos de falacias se apoyan en las voces dotadas de autoridad para otorgar más fuerza a ciertos contenidos. Al mismo tiempo, que existen ciertas restricciones a los discursos ideológicos para hacerlos manipulativos; también, por otro lado, para ser “víctima” de una manipulación deben cumplirse al menos los siguientes criterios por parte del receptor:

- ✓ Ausencia de conocimiento relevante de modo de inhibir la contra argumentación frente a aseveraciones falaces, sesgadas o prejuiciadas.
- ✓ Normas, valores e ideologías fundamentales que no se pueden soslayar ni negar.

- ✓ Emociones fuertes, traumas, etcétera, que hagan a la gente vulnerable. De ello habla, precisamente, Naomi Klein en su obra *Doctrina del Shock* (2007).
- ✓ Posiciones sociales, profesionales, estatus, etcétera, que inducen a la gente a aceptar los discursos, argumentos, etcétera, de personas, grupos u organizaciones de élite (Van Dijk, 2009: 373).

Ahora bien, en caso de que la “víctima” de las acciones manipulativas no esté sometida a esta clase de restricciones y por el contrario manifieste cierto nivel de resistencia, las estrategias discursivas manipulativas tienen sus formas de predilectas de neutralización de tales acciones:

- ✓ Enfatizan la posición de poder, la autoridad o superioridad moral del hablante o sus fuentes –y, de ser relevante, la posición inferior, la falta de conocimientos de los receptores, etcétera.
- ✓ Enfocan las (nuevas) creencias que el manipulador quiere que el receptor acepte como conocimiento, así como en los argumentos, pruebas, etcétera, que hacen que esas creencias sean aceptables.
- ✓ Desacreditan fuentes o creencias alternativas (disidentes).
- ✓ Apelan a las ideologías, actitudes y emociones relevantes de los receptores (Van Dijk, 2009: 374).

En síntesis, diremos que, en términos generales, las estrategias generales del **discurso manipulativo consisten en enfocar discursivamente aquellas características sociales y cognitivas de los receptores que los hacen más vulnerables y frágiles, menos resistentes a la manipulación**, que los hacen crédulos y víctimas dispuestas a aceptar creencias y hacer cosas que en circunstancias “normales”, simplemente, no harían (Van Dijk, 2009: 374).

La implementación de las ideologías, en tanto significados preferentes **pueden enfatizar o desenfatzarse: al (des)topicalizarse los significados**, mediante actos de habla específicos, significados locales, más o menos precisos o específicos, manipulando la información explícita frente a la implícita, la lexicalización, las

metáforas y otras figuras retóricas, así como mediante la expresión y realización específicas (disposición, tipo de letra, fotos, etcétera) (Van Dijk, 2009: 374).

4.5. ESTABLECIMIENTO DE LA MUESTRA/CORPUS

La presente investigación se basa en una muestra de portadas y artículos editoriales del diario *El Mercurio*, seleccionadas de entre todos los números editados por el periódico entre el 5 de septiembre de 1970 y el 10 de septiembre de 1973. Éstos, por un lado, proporcionan “a los lectores la clave que les permite tomar partido” (Lippmann, 2003: 286) y, por otro, “simboliza [en nuestro caso en concreto por tratarse del estudio de un medio con las características del diario *El Mercurio*] los intereses de la clase dominante”, su visión de mundo (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 77); al mismo tiempo que “expresa y comunica las opiniones del diario acerca de las noticias, su interpretación de la información”. No obstante, a diferencia de lo que sustenta el funcionalista en este sentido, creemos, al igual que Mattelart, que “toda ideología es totalizante y el diario entero está impregnado de esta totalidad ideológica” (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 81). Un recorte del diario en *secciones-funciones*, es aislar, focalizando en un aspecto hiper bien delimitado del medio que son los juicios de valor respecto de la realidad, que va de la mano, por ejemplo, del hecho de hacer resaltar la función interpretativa del área editorial, se deja en la sombra el material en donde la ideología, al parecer ausente, actúa más eficazmente a través de su carácter difuso revestido con el nombre de objetividad (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970: 81) periodística (Maras 2013).

En relación a la muestra, diremos que ella corresponde al número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de un universo para que los resultados puedan extrapolarse a la totalidad de este universo, con la condición de que sean representativos del mismo (Wilks, 1962). Decidir cuál es el mejor tamaño para una muestra no es una tarea fácil, ya que es una de las primeras preocupaciones que surgen relativas al muestreo. Una de las principales consideraciones es que no existe un tamaño bueno o ideal para todo (Fournier & Charpentier, 1975). En este sentido es preciso recordar que en este tipo de investigaciones lo importante no es precisamente el tamaño de la muestra

sino la riqueza de los datos (simbólicos) obtenidos, la observación y los análisis desarrollados por el investigador (Crabtree, 1999; Crouch & McKenzie, 2006).

El tipo de muestreo que se vaya a realizar, los objetivos que se persigan, las características del objeto de estudio y las condiciones en las que se realizan las estimaciones, son características que hay que tener en cuenta y para las cuales será adecuado un tamaño u otro de la muestra. La lógica nos indica que cuanto más grande sea la muestra, mejor; podría parecerlo, pero no es así. Si bien es cierto que cuanto más grande, las estimaciones serán más precisas y con menos riesgo de error, también es cierto que otras consideraciones, como el tiempo de estudio, el coste y el control en la recogida de datos, podrían aconsejar variar el tamaño, por lo que insistimos en el hecho de que no existe un tamaño bueno para todo (Fournier & Charpantier, 1975).

En el caso de las portadas y editoriales a estudiar, hemos utilizado un muestreo aleatorio sistemático (Cochran, 1971), donde, utilizando el marco muestral (que en este caso corresponde al universo, es decir al total de las portadas del periodo en cuestión), se elige la primera portada al azar y a partir de ésta, a intervalos constantes, se eligen las demás hasta completar la totalidad de la muestra. En este sentido como marco muestral hemos considerado las ediciones de *El Mercurio* desde el 5 de septiembre de 1970 (un día después de las elecciones presidenciales del 1970) hasta el día 10 de septiembre de 1973 (un día antes del golpe de Estado).

Si bien este estudio tiene un carácter básicamente cualitativo, hemos utilizado –en la muestra grande- una técnica cuantitativa a fin de caracterizar nuestro objeto de estudio, es decir la muestra seleccionada debiera señalarnos las características principales de las portadas y los editoriales de *El Mercurio*. Así en los 1.100 días transcurridos entre ambas fechas señaladas, se publicaron 1.096 portadas e igual número de páginas editoriales de *El Mercurio*. Cabe señalar, siguiendo a Krippendorff, que es preciso recurrir a procesos aleatorios para la elección final de la muestra (1990: 257), para lograr que ésta sea suficientemente representativa (todas las portadas y/o editoriales tienen la misma posibilidad de ser elegidas).

En términos prácticos, es relevante mencionar que las ediciones del periodo estudiado de *El Mercurio* se conservan en papel en la Biblioteca Nacional de Chile y su traspaso a microfilm se produce, caso a caso, a pedido de los interesados; una gestión que trae aparejado un coste significativo en tiempo y en dinero, por lo que es necesario

tener claramente delimitada y definida la muestra antes de solicitar el material correspondiente. Ello en lo que respecta a la sección Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Chile, desde donde conseguimos todas las portadas digitalizadas y los editoriales en papel de fotocopia. Desconocemos el funcionamiento del archivo del diario *El Mercurio*, debido a la negativa respuesta que obtuvimos de parte de ellos, nada más les explicitáramos las fechas y los propósitos de nuestra investigación vía correo electrónico. Igualmente, nuestro plan de muestreo intentó por todos los medios ser todo lo minucioso y explícito del caso, lo cual lo transforma perfectamente en reproducible (Krippendorff, 1990: 257), de cara al eventual desarrollo de futuras investigaciones sobre el tema.

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- ✓ Del error o margen de imprecisión permitido.
- ✓ Del nivel de confianza.
- ✓ Del carácter finito o infinito de la población (tamaño del universo).

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_o = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z (1 - \frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Donde n = el número de elementos en la muestra, N = el número total en el universo.
 / p / q = probabilística de que ocurra el evento. / Z = valor crítico que se corresponde con el nivel de confianza. / D = margen de error.

Es decir, el tamaño muestral para un universo de 1.096, con una p de 0,5:

Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]
	8,8%
95%	110

De este modo, tenemos un universo a estudiar conformado por 1.096 elementos y queremos extraer una muestra de un tamaño 110 elementos (portada y editoriales). En primer lugar debemos establecer el intervalo de selección, que será igual a $1.096/110 = 9,96$. Asimismo, se utilizó como criterio de ordenación la fecha de las portadas y editoriales (para que apareciera representado todo el periodo estudiado); por lo tanto en términos de intervalo, fue necesario asegurarse que fuera distinto a 7, a fin de que pudieran estar representados todos los días de la semana, y a continuación elegimos el elemento de arranque, tomando aleatoriamente un número entre el 1 y el 10 (la portada y editorial del 5/09/1970). Apartir de él obtuvimos los restantes elementos de la muestra. Como el número no es entero, lo aproximamos al número entero más cercano (es decir cada 10 portadas y editoriales) y ajustamos la muestra abarcando con el mismoprincipio la cantidad sobrante hasta el final de las portadas. Pretendemos que este primer análisis cuantitativo nos entregue tendencias de comportamiento, elementos comunes y repetitivos, características de las narrativas, temas abordados, cambios de vocabulario en relación al avance del tiempo o a hitos específicos y otros elementos necesarios de considerar como parte de esta estrategia discursivo-manipulativa.

Para completar la muestra utilizaremos un **muestreo de caso típico**, a cuyo resultado también se le aplicó el Análisis Crítico de Discurso (ACD), a pesar de no estar considerado en la muestra probabilística que, en términos generales, pretende mostrar los rasgos más comunes de la realidad estudiada. Cualitativamente lo “típico” responde a una construcción consensual generada de las opiniones entre informantes clave (Hammersley y Atkinson, 1994); y donde el investigador elige los casos que parecen más representativos del tema de estudio (Lindlof, 1995).

Este último muestreo consta de **hitos políticos noticiosos**, donde se consideran 25 hechos, cuya lista se encuentra incluida como Anexo 3, incluyendo casos como por ejemplo los magnicidios que hubo en la época (en la persona del general Schneider (portada y editorial del 23 de octubre de 1970), del exministro Pérez Zujovic (portada y editorial del 9 de julio de 1971) y del comandante Araya, el edecán naval de Allende (portada y editorial del 28 de julio de 1973), así como la sublevación del Blindado N° 2, conocida como *El Tancazo* (portada y editorial de 30 de junio de 1973), entre otros. Es decir, al análisis cualitativo, a las 110 portadas y editoriales del muestreo probabilístico se le sumaron 20 portadas y 20 editoriales más, que consideramos relevantes para el análisis y la comprensión del contexto.

Cabe destacar que en esta clase de estudios (cualitativos) con caso típico, el tamaño de la muestra no es lo relevante (Barbour, 2007), ni lo es el hecho de que necesariamente sea representativa del universo o población en estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010), dado que la idea es develar a través del ***ejemplo*** las claves de la estrategia discursivo-manipulativa empleadas por *El Mercurio* en el cometido desestabilizador de la democracia chilena a partir de los datos simbólicos extraídos.

4.6. PLAN DE ANÁLISIS

En lo que a esta cuestión respecta nuestro estudio, como hemos dicho de algún modo anteriormente, triangula entre el Análisis de Contenido, la verificación de la Pauta Desinformativa y el Análisis Crítico de Discurso (ACD). Con el primero de los métodos pretendemos obtener una descripción más o menos general de las rutinas periodísticas activadas en función de la estrategia de desestabilización puesta en juego a través del diario *El Mercurio*, dado que con este tipo de análisis se pretende conocer básicamente las características fundamentales del comunicador y su contexto, los mensajes y, en menor medida, sus efectos sobre el auditorio (el qué se dice, cómo, a quién, por qué y con qué efecto) (Krippendorff, 1990: 32).

En relación a la pauta desinformativa, el segundo de los enfoques analíticos, como señalan los propósitos de esta investigación, se trata de determinar la implementación o el cumplimiento –o no– de ésta en los contenidos del ámbito nacional e internacional de las páginas del diario; y, finalmente, con respecto al ACD, el método propuesto por Teun Van Dijk (2009), lo aplicaremos a la muestra hasta alcanzar el punto de saturación (Morse, 1995), escogiendo para ello ejemplos al azar de las páginas portadas y editoriales a fin de desentrañar la estrategia discursiva manipulativa desplegada por el diario *El Mercurio* en el contexto del programa de desestabilización puesto en marcha contra la democracia chilena en el marco de la Guerra Fría. Se trata, en definitiva, como hemos señalado anteriormente, de desentrañar cuál fue la estrategia discursiva, informativa y periodística que este medio empleó en función de dicho cometido. Es decir, la idea en concreto es de establecer **¿qué dijo?, ¿cómo lo dijo? y ¿con qué propósitos?** Con respecto a este último aspecto, no nos queda más que remitirnos a los propósitos del plan de sabotaje y desestabilización puesto en juego y del cual *El Mercurio* es una pieza clave. Ello en la perspectiva de determinar, en definitiva, cuál fue el verdadero rol que le cupo a este medio de comunicación en el contexto de la estrategia propagandística y desinformativa puesta en marcha con fines desestabilizadores de la democracia chilena de entonces.

En lo que respecta a alcanzar el punto de saturación, cabe destacar que interesa aplicar el método de análisis (ACD) hasta el punto en que permita recabar información

y, precisamente, hasta que se produzca la saturación. Es decir, y tal y como se entiende en el ámbito cualitativo de los estudios, que habiéndose destacado y presentado una cierta diversidad de datos (simbólicos, en nuestro caso) y en la medida en que cada nuevo ejemplo ya no aporta nuevos elementos para el análisis se ha de detener el proceso analítico. Por el contrario, en la medida en que el examen de la muestra siga arrojando nuevos datos e ideas para el análisis, la búsqueda (analítica) no ha de detenerse, como ocurre igualmente con la aplicación de otras técnicas cualitativas (Krueger & Casey, 2000).

4.7. ÉTICA Y ACCESO

En relación a este tema (la ética de la investigación), entendida como la responsabilidad que debe tener la ciencia (y los científicos), respecto de sujetos de investigación y la sociedad en general (Tacsan, 2003), quisiéramos establecer un par de consideraciones fundamentales. Lo primero que hicimos nada más emprender la tarea de investigar a este importante medio de comunicación fue tomar contacto con él, vía mail y vía carta certificada, con el objeto de poder acceder a las ediciones antiguas referidas al periodo de investigación e hipotéticamente alguna otra información útil, archivos (actas de reuniones de pauta de los equipos, de directorio, etcétera), como asimismo a algún tipo de testimonio con el objeto de poder contrastar la información con la que contábamos.

En un primer contacto la funcionaria encargada del archivo de hemeroteca del periódico –cuyo nombre nos reservamos, también por razones éticas– se manifestó muy dispuesta a la colaboración con nuestro estudio hasta el momento en que le enviamos, a petición suya, las fechas y el periodo en concreto de las ediciones del diario que nos interesaba examinar. A partir de ese momento nunca más nos respondió un mensaje (electrónico ni telefónico), por lo que dimos por abortada la idea de acceder a nuestromaterial de estudio a partir de los archivos propios del diario, lo cual nos obligó a definir finalmente la investigación teniendo exclusivamente como objeto de estudio los ejemplares del periódico. Pudimos acceder a todas las ediciones antiguas de este medio en el periodo en estudio alojadas en la sección hemeroteca de la Biblioteca Nacional de Chile, que, por un costo prudente en tiempo y dinero, y gracias a la

gentileza y profesionalismo de la encargada de dicha sección, puso a nuestra disposición oportunamente, en formato JPG, uno a uno los archivos microfilmados de las fechas demandadas.

Finalmente, creemos (aspiracionalmente) que, por una cuestión de ética, transparencia y responsabilidad (social), si bien no todos los archivos de este medio, al menos, aquellos relativos al periodo histórico de nuestro estudio, debieran ser de orden público o, al menos facilitar el acceso investigativo, especialmente porque el contenido allí existente, más de 40 años después de lo ocurrido, le compete, creemos, que a la sociedad chilena en su conjunto, porque perfectamente podemos apelar al interés público y a la libertad de acceso a la información. Ello, especialmente, cuando el gobierno estadounidense ha accedido a desclasificar una serie de documentos –sobre 24.000– que le implican directamente a *El Mercurio*, incluso habiendo transcurrido menos tiempo, como fue el caso de la desclasificación de los años 1999-2000 de la era Clinton.

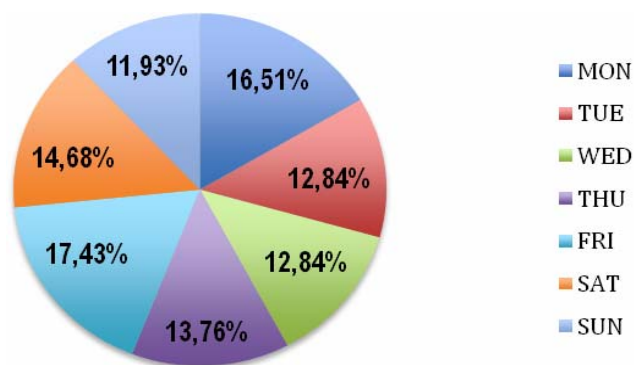
V. RESULTADOS

5.1. CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA DE LAS PORTADAS DE EL MERCURIO

El universo representado en la muestra corresponde a las publicaciones de *El Mercurio* comprendidas entre el 5 de septiembre de 1970, día posterior a las elecciones presidenciales, hasta el día 10 de septiembre de 1973, día anterior al Golpe de Estado, plazo que corresponde a 1.096 ediciones del diario.

La muestra final, como hemos señalado con anterioridad, está constituida por un total de 110 ediciones de *El Mercurio*, específicamente por sus 110 portadas y 110 artículos editoriales, las que sumadas a las 20 de la muestra pequeña (muestreo de caso típico) hacen un total muestral de 130 componentes. Las portadas cuentan, además, con un total de 472 piezas (noticias). Con este número de casos, la muestra seleccionada representa más del 10% de las portadas y editoriales de *El Mercurio* que se publicaron durante el periodo tiempo que aborda el estudio. Al tratarse de una muestra aleatoria sistemática, se garantiza la incorporación de portadas y editoriales de todos los días de la semana de los tres años que duró el gobierno de la UP, lo que se observa en el gráfico 3, que nos muestra una cierta homogeneidad de la distribución en cuanto a días de la semana, cuya representatividad oscila entre casi el 12% de los días domingo y el 17% de los días viernes.

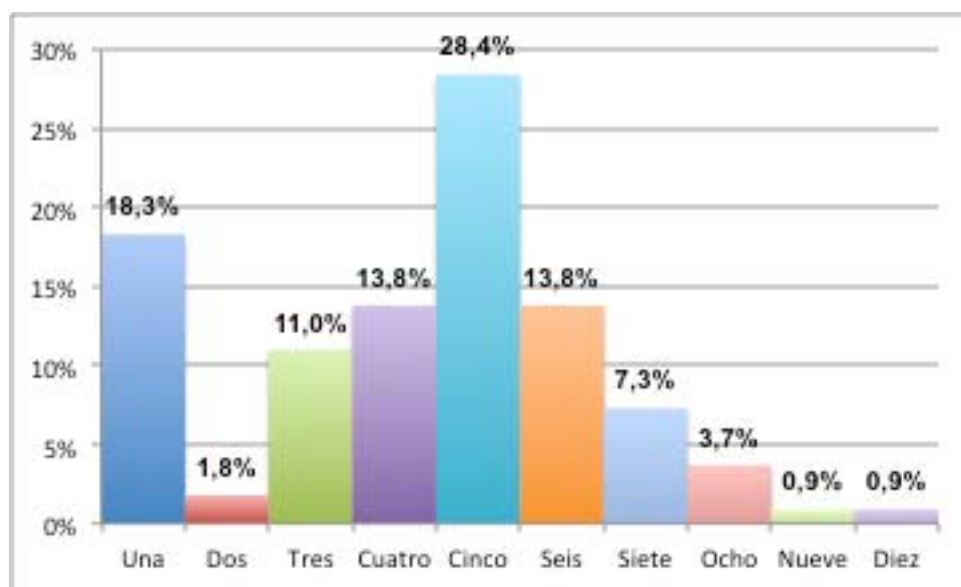
Gráfico 3. Distribución de las portadas seleccionadas por días de la semana



Fuente: Elaboración propia.

El número de noticias publicadas por portada se refleja en el gráfico 4, donde se observa que éstas varían desde la publicación de un solo tema, que ocupa toda la primera plana de *El Mercurio* (estilo monográfico), hasta la entrada de 10 contenidos noticiosos por portada en algunos casos.

Gráfico 4. Porcentaje de portadas según el número de noticias que publican



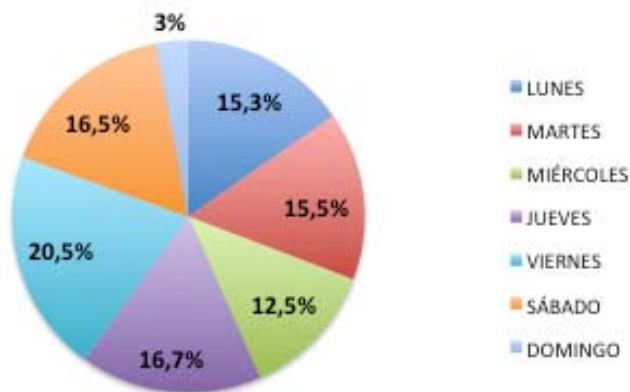
Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 4 nos muestra la caracterización de las portadas de acuerdo al número de noticias que contienen, donde encontramos que la columna más alta se ubica en el número 5, lo cual nos indica que los días en que *El Mercurio* presenta 5 noticias son los días que más se repiten, representando un 28,4% del total de la muestra analizada; y que mayoritariamente las portadas de *El Mercurio* están conformadas por entre 4 y 6 noticias, en el 56% de los casos. La segunda frecuencia que más se repite corresponde al 18,3% de los casos y se refiere a las portadas que presentan una sola noticia (monográfico), dato que, al cruzarlo posteriormente con el dato “día de la semana”, revela que corresponden principalmente a portadas de los días domingo.

Al realizar un conteo del número de noticias en cada portada (o titulares de noticias), y relacionarlo con el día de la semana, encontramos que el día viernes existe un número de noticias mayor en las portadas y el día domingo las portadas se muestran más homogéneas, generalmente desarrollando una sola noticia con información más

completa y opinión, acompañada de fotografías, lo que se traduce en una suerte de *editorialización* de las portadas de los días domingo.

Gráfico 5. Distribución del número de noticias según día de la semana



Fuente: Elaboración propia.

La figura 17 nos muestra un contrapunto entre una primera plana con una sola noticia (monográfico) y una que presenta cuatro noticias.

Figura 17. Portadas de *El Mercurio*, marzo 7, 1971 (domingo) y marzo 27, 1971 (sábado)



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional de Chile

Con respecto a los contenidos de las noticias en general, se ha realizado una tradicional clasificación de las temáticas, que se recogen en la tabla 10.

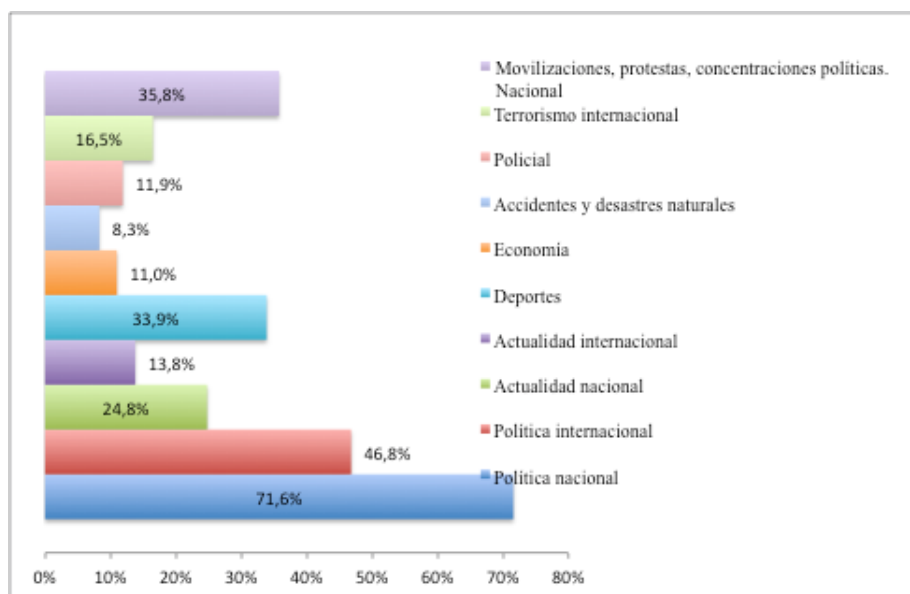
Tabla 10. Clasificación general de temáticas para el análisis de las portadas.

Clasificación	Descripción
Política nacional	Se refiere a contenidos noticiosos de actualidad política interna (que tiene como actores a partidos políticos, dirigentes y miembros de Gobierno), de ámbito geográfico local (Chile). Se excluyen, por incluirse en una categoría aparte, los hechos nacionales referidos a movilizaciones, protestas, concentraciones, etcétera.
Política internacional	Se refiere a contenidos de actualidad política (líderes y dirigentes, partidos, acciones o declaraciones de otros presidentes) de ámbito internacional (fuera de Chile). Se consideran las declaraciones de personajes políticos de otros países, el relato de acciones llevadas a cabo por gobiernos o grupos organizados en otros países, excluyendo las acciones que son consideradas por el mismo periódico como hechos de violencia política o terrorismo internacional, ya que se incluyen en otra categoría.
Actualidad nacional	Involucra todos aquellos contenidos noticiosos de ámbito local desarrollados por personajes extra políticos y que no se refieren a los ámbitos deportivos, económicos y del tipo accidentes y desastres naturales o policiales. Se incluyen acciones de difusión o propaganda de actividades de carácter lúdico o cultural.
Actualidad internacional	Involucra todos aquellos contenidos noticiosos de ámbito internacional que escapen a lo político, tales como noticias relativas a la carrera espacial, de Hollywood, culturales, etcétera.
Deportes	Noticias relativas a la práctica deportiva, competiciones de las diferentes disciplinas deportivas (records, competiciones, liga de fútbol, etcétera).
Economía	Recoge contenidos noticiosos relativos al mundo de la economía (bolsa, finanzas, mercado, empresa), de ámbito nacional e internacional, como por ejemplo la devaluación del dólar, la inflación en Europa, etcétera.
Accidentes y desastres naturales	Se refiere a sucesos acaecidos en las fechas de publicación, como accidentes de vehículos, trenes o barcos o fenómenos ocasionados por la naturaleza que provoquen daños a la población.
Policial	Se refiere a la crónica roja relativa a asesinatos, crímenes, asaltos y otros delitos calificados como delitos comunes, no vinculados a la política.
Terrorismo internacional	Se refiere a acciones realizadas en el extranjero vinculadas a hechos de violencia y catalogadas como terrorismo por el mismo periódico, acciones del tipo secuestros, crímenes y asaltos principalmente, con móviles políticos.
Movilizaciones, protestas, concentraciones políticas. Nacional	Considera contenidos noticiosos de actualidad política o gremial interna cuyos actores desarrollan actividades de carácter público ligadas a manifestaciones ciudadanas con motivaciones políticas o gremiales, ya sea a favor o en contra del Gobierno. Se incorporan también en esta clasificación aquellas movilizaciones a las que se les atribuye por parte de <i>El Mercurio</i> un carácter de “uso de la violencia”.

Fuente: Elaboración propia.

Siguiendo esta clasificación, la distribución de temáticas por portada se recoge en el gráfico 6.

Gráfico 6. Porcentaje de portadas de la muestra según temática tratada

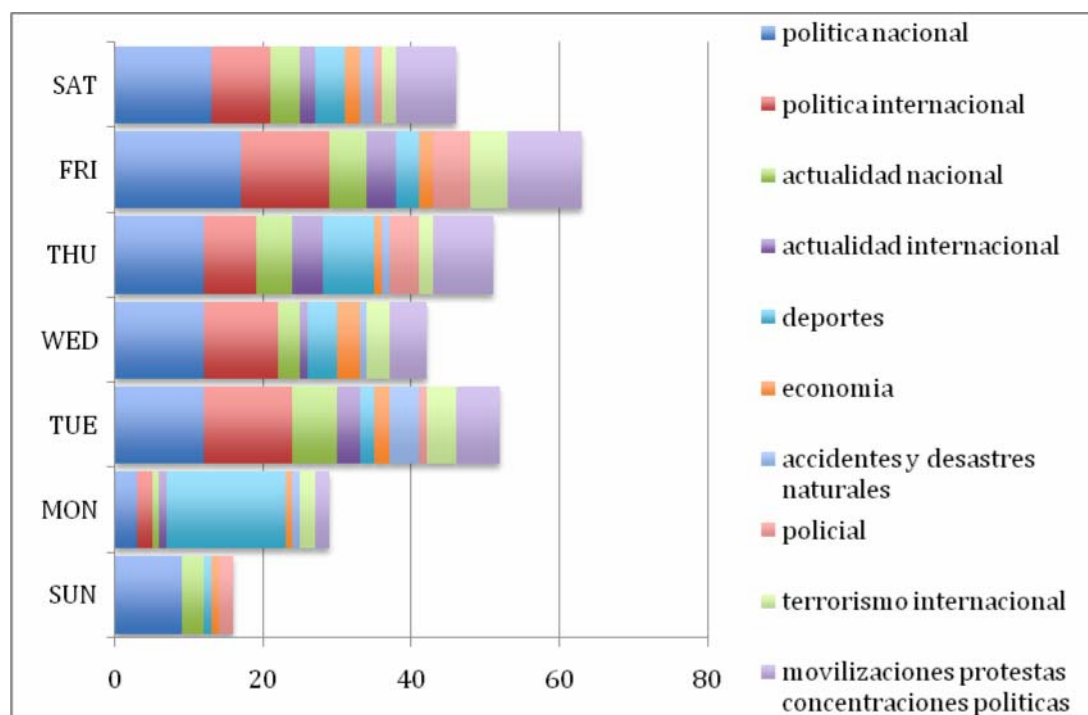


Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 6, en efecto, se visualiza claramente que la mayoría de portadas analizadas publican noticias sobre **Política Nacional (71,56%)**, **Política Internacional (46,79%)** y **Movilizaciones, Protestas, Concentraciones** (nacionales) **(35,78%)**. Asimismo, la temática **Deportiva** se ubica en cuarta posición ya que es abordada en el 33,94% de las portadas. Es importante señalar que cada una de las barras del gráfico representa un tema, sin considerar el número de veces que éste haya aparecido en las portadas (se cuentan número de portadas y no número de noticias), por lo tanto cada dato es independiente y, por ende, no adiccionable en su conjunto, es decir cada barra tiene la posibilidad de llegar al 100% de las portadas de la muestra.

Los contenidos temáticos presentes en las portadas (sin considerar repeticiones) desagregados según los distintos días de la semana se recogen en el gráfico 7.

Gráfico 7. Temáticas publicadas según día de la semana.



Fuente: Elaboración propia.

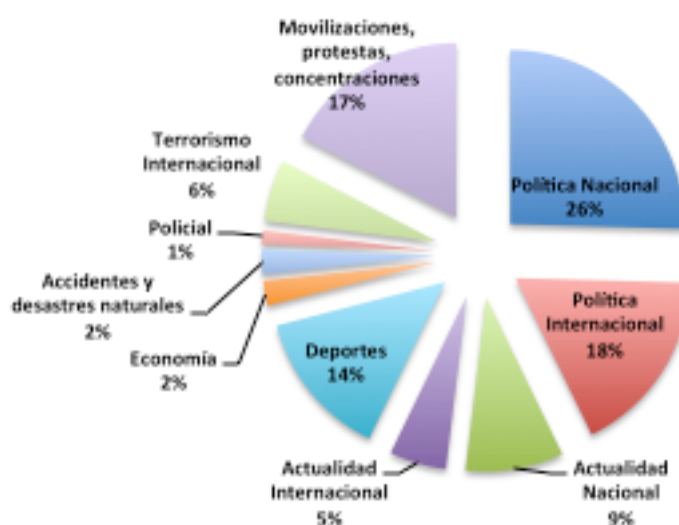
Exceptuando los días domingo y lunes, no hay un día específico centrado en alguna temática en particular, sino que más bien se abordan indistintamente a lo largo de la semana las diversas temáticas que hemos clasificado. Sí se advierte que los días lunes están dedicados en un porcentaje muy alto a la temática deportiva, salvo algunas excepciones que no llegan al 20%, en cuyo caso las noticias deportivas son combinadas con otras de contenido político (nacional) y que involucran información específica respecto a la gestión del gobierno en sus distintos ámbitos, además de contenidos noticiosos relativos a movilizaciones, protestas o huelgas. En los días domingo, tal y como se señaló anteriormente, las portadas están constituidas por noticias con un desarrollo más completo de los contenidos que incluyen, además de información, un fuerte contenido de opinión desarrollado mayoritariamente *in situ* (encontrándose todo el contenido en portada por lo que no es necesidad de ir al interior del diario), a diferencia de las portadas del resto de los días, que publican sumarios informativos que invitan al lector a continuar informándose al interior del periódico. La mayoría de estas portadas de domingo (monográficas) se han clasificado genéricamente como **Política**

Nacional, por tratarse de la temática principal, e involucran las distintas áreas de gestión del Gobierno incluidos temas económicos, de salud, judiciales, electorales, etcétera.

Si consideramos el total de noticias, se observa que aproximadamente el 84% de los artículos se concentran mayoritariamente en cinco de las temáticas principales de la clasificación establecida, a saber: (1) **Política Nacional**, (2) **Política Internacional**, (3) **Actualidad Nacional**, (4) **Deportes** y (5) **Movilizaciones, Protestas y Concentraciones Políticas**.

Las temáticas de las noticiasse encuentran representados en el gráfico 9, que nos muestra que la **Política Nacionales** la temática más recurrente, seguida de las noticias que versan sobre **Política Internacional**.

Gráfico 8. Temáticas principales distribuidas porcentualmente

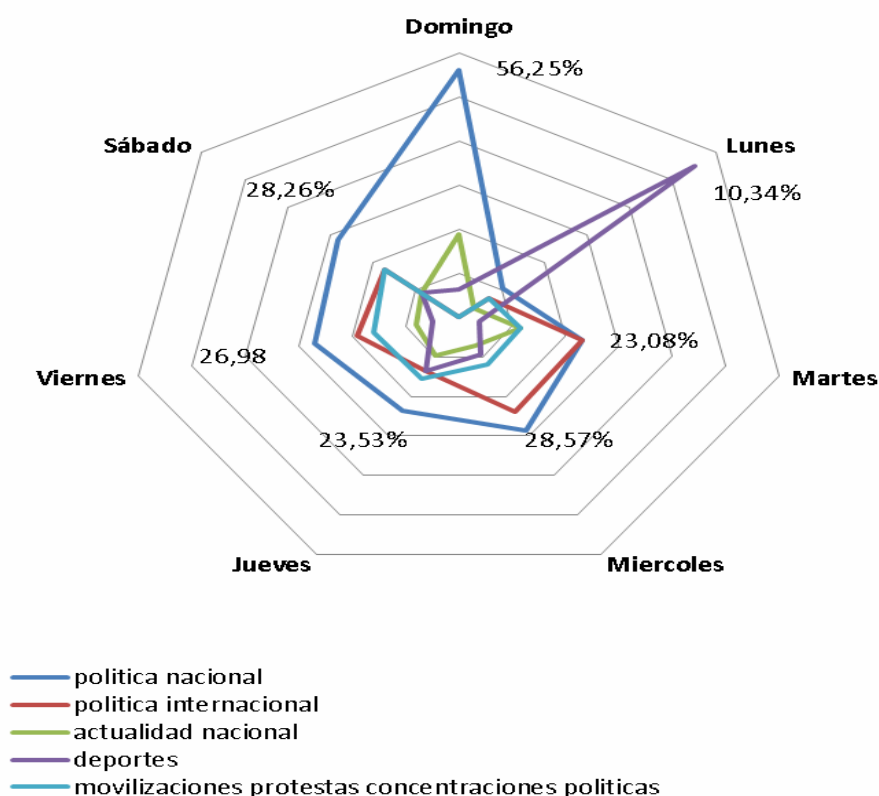


Fuente: Elaboración propia.

Las noticassobre las temáticas más frecuentes se distribuyen de manera diferente en función de día de la semana en la que se publicaban, por ejemplo, se observa que los contenidos relativos a **Política Internacional** y **Actualidad Nacional** tienen más presencia relativa el día domingo. Al respecto, se podría hipotetizar, más allá de las habituales rutinas periodísticas, que no es casual que las noticias relativas a política internacional y actualidad nacional se concentren el día domingo, un día familiar no laboral, en el que se tiene más tiempo para el ocio, que incluye la práctica de la lectura

del diario. No es ningún misterio que la difusión de diarios en cualquier tiempo y lugar aumenta los fines de semana, especialmente el día domingo. En lo que respecta por su parte a los contenidos relativos a **Política Internacional** se concentran mayoritariamente entre los días martes y miércoles, mientras que los relativos a **Deportes** se publican mayoritariamente el día lunes, y **Movilizaciones, Protestas y Concentraciones Políticas** principalmente el día sábado, como se puede apreciar en el gráfico 9.

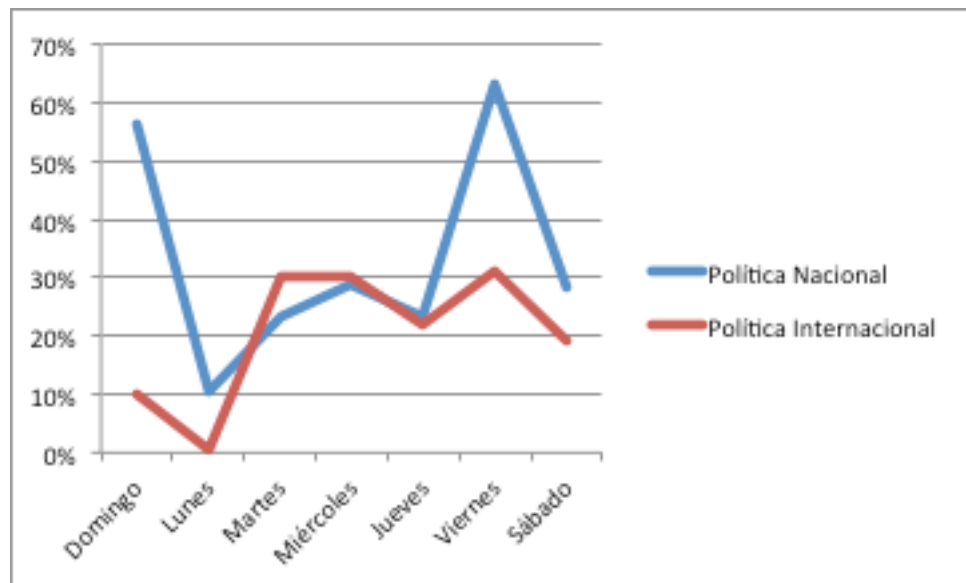
Gráfico 9. Porcentaje del total de noticias según temática y día de la semana



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, si se analiza detenidamente la variación de los contenidos relativos a **Política Nacional** e **Internacional** se observa que el día viernes es el día en que se publican más noticias del primero de estos ámbitos; mientras que los días martes y miércoles cuando más noticias relativas al segundo ámbito fueron publicados. Se observa, además, cómo los días domingo, jueves, viernes y sábado se publicaron más contenidos relativos a **Política Nacional** que a **Política Internacional**.

Gráfico 10. Porcentaje de noticias de Política Nacional y Política Internacional según día de la semana

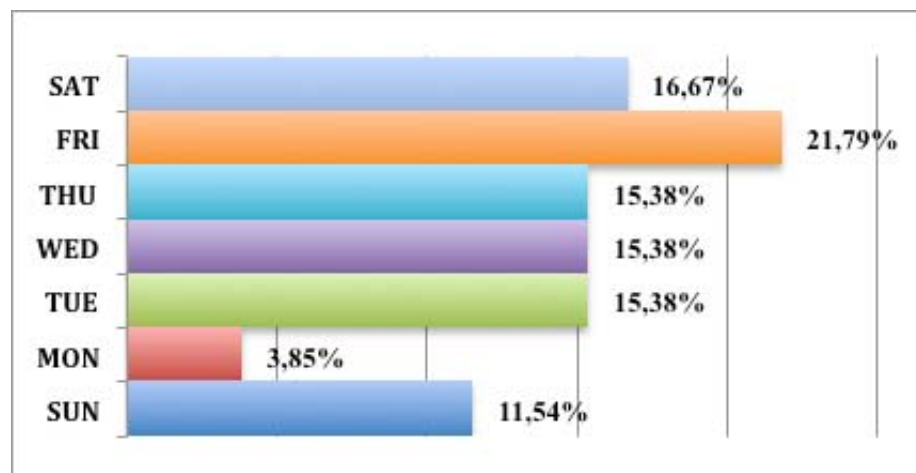


Fuente: Elaboración propia.

5.1.1. ÁMBITO NACIONAL

El gráfico 11 representa los días de la semana en que se publican más noticias sobre **Política Nacional**, donde encontramos que se mantiene constante los días martes, miércoles y jueves, aumentando significativamente los días viernes, para disminuir el día sábado (manteniéndose sobre la moda), para descender en domingo y bajar totalmente los lunes, que son principalmente deportivos por excelencia.

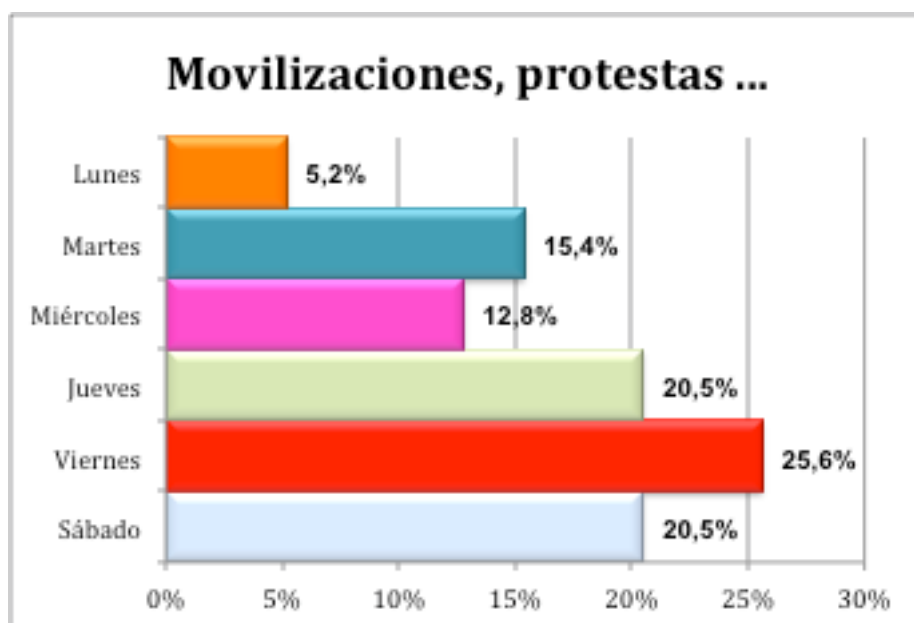
Gráfico 11. Noticias sobre política nacional según días de la semana



Fuente: Elaboración propia.

Una tendencia parecida muestran las noticias sobre movilizaciones y protestas, puesto que el viernes sigue siendo el día en que más noticias sobre estos temas se publican y en segundo lugar los sábados, pero en este caso empatado con los jueves. Si empezamos por el día domingo observamos que tiene una tendencia ascendente, presentando una baja los días miércoles (véase gráfico 12).

Gráfico 12. **Noticias sobre** movilizaciones, protestas, concentraciones de carácter nacional **según días de la semana (sin considerar domingo)**

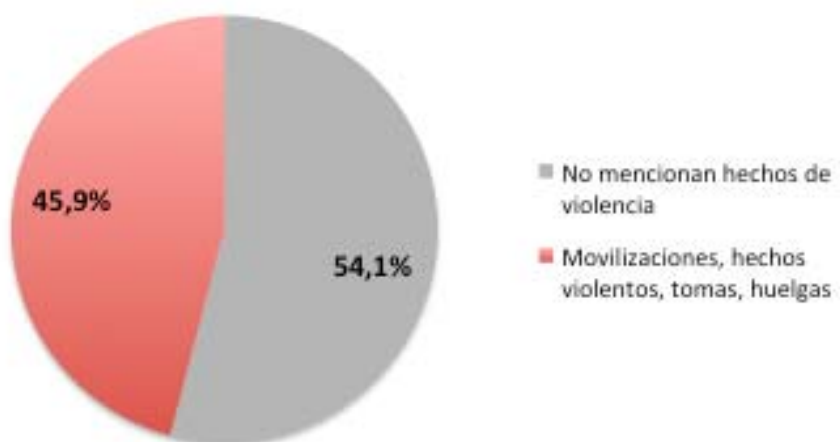


Fuente: Elaboración propia.

Haciendo un recuento de las noticias que se encuentran referidas al ámbito nacional, incluyendo todas las clasificaciones mencionadas anteriormente, se ha realizado una división entre las noticias nacionales que mencionan hechos de violencia y aquellas que no las mencionan, refiriéndonos como violencia a movilizaciones, “tomas”¹⁵² (ocupaciones) y huelgas, que el mismo periódico califica como de violencia a través de sustantivos, adjetivos o frases que operan, claramente, como categorías de sentido, tales como: “disturbios”, “desórdenes”, “heridos en incidentes”, “contusos”, “que ocasionan temor”, “peleas callejeras”, “clima de violencia”, “marxistas atacaron a los manifestantes”, “violencia”, “empresas tomadas”, “uso de la fuerza”, “abuso de autoridad”, “muerte”, “balazos”, “protestas”, etcétera.

¹⁵² Este concepto hoy podría ser equivalente al vocablo “okupa” del español peninsular.

Gráfico 13. Noticias nacionales según si mencionan hechos de violencia

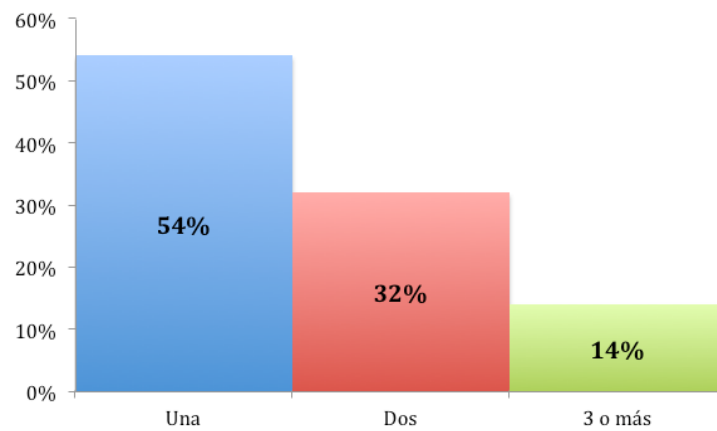


Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la catalogación de noticias nacionales se incluyen todas aquellas categorías que aluden al territorio, es decir política nacional, actualidad nacional, movilizaciones, protestas y concentraciones, economía y aquellas que hablan de accidentes, desastres naturales y hechos policiales. Es decir se excluyen sólo aquellas noticias deportivas, ya que no se encuentran clasificadas de acuerdo al territorio.

El gráfico 13 nos enseña que un alto porcentaje de los contenidos noticiosos de carácter nacional (más del 45%) de algún modo están vinculados con la *categoría de sentido* relativa a la **violencia**, lo cual podría interpretarse que dicho contenido está claramente orientado a reforzar el tópico de *un país que vive en una situación de caos y violencia permanente*, situación que se manifiesta principalmente a través de una, dos o más noticias de esta categoría en una misma portada, las que se distribuyen (dentro de este 45,9%) tal y como lo refleja el gráfico 14.

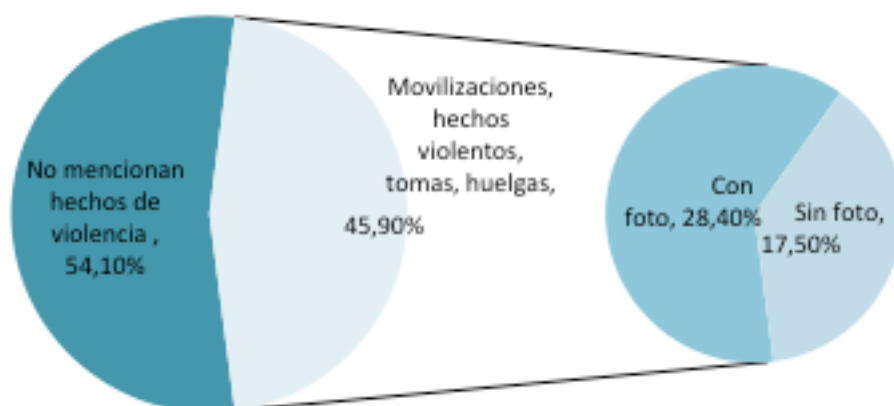
Gráfico 14. Porcentaje de portadas con noticias nacionales sobre hechos de violencia según el número de unidades noticiosas que contienen



Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, si analizamos la utilización de imágenes, es posible observar que el 28,4% de las portadas de la muestra tiene imágenes (fotografías) referidas a hechos de violencia nacional. Lo que corresponde a que casi el 62% de las portadas que incluyen noticias referidas a violencia política nacional, que van acompañadas de una, dos o hasta tres fotografías que hacen referencia a un hecho violento por causas políticas o gremiales (gráfico 15).

Gráfico 15. Porcentaje de noticias sobre hechos de violencia nacional que van acompañadas de imágenes



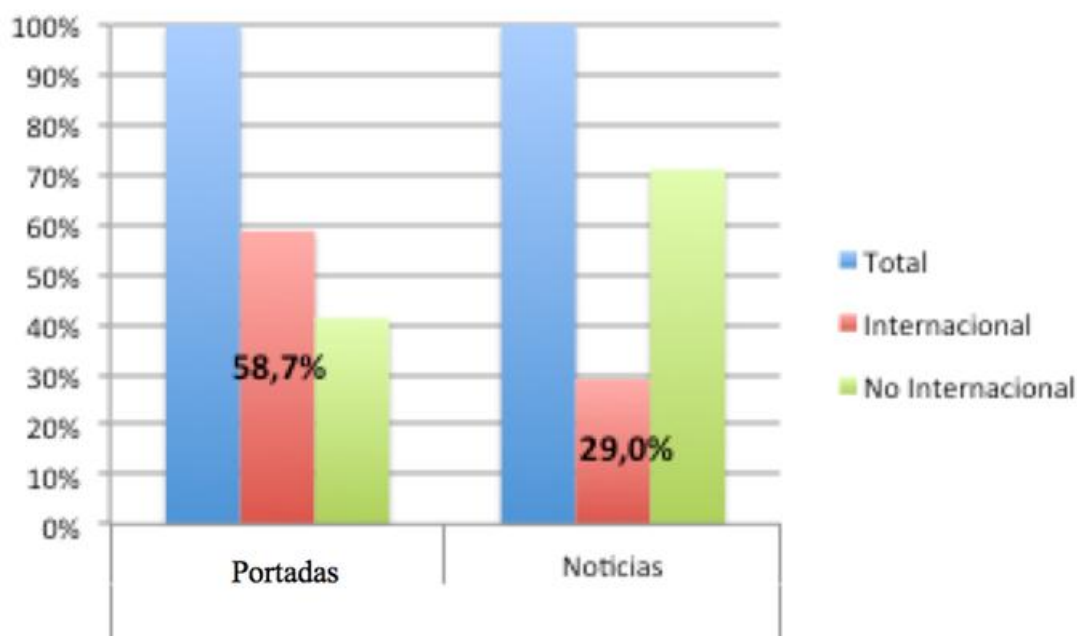
Fuente: Elaboración propia.

En términos de origen de la violencia, la retórica prioritaria de *El Mercurio* se corresponde con *categorías de sentido* propias del *MacCarthysta* “terror rojo”: “movimientos de ultraizquierda”, “MIR”, “marxistas”, “Violencia Marxista”, “violentistas”, “antidemócratas”, “totalitarios”, “grupos armados de palos y otros proyectiles, con gritos a favor del Gobierno”, “Militares o carabineros por ordenes de miembros del Gobierno”, etcétera.

5.1.2. ÁMBITO INTERNACIONAL

Del total de la muestra, correspondiente a portadas de 110 días que contienen 472 noticias, encontramos que 137 noticias están referidas a aspectos internacionales distribuidos en 64 días. Es decir casi en el 58,7% de los días se publican noticias internacionales en las portadas de *El Mercurio*. En cambio sólo representan la mitad de este porcentaje (29%) del total de noticias publicadas.

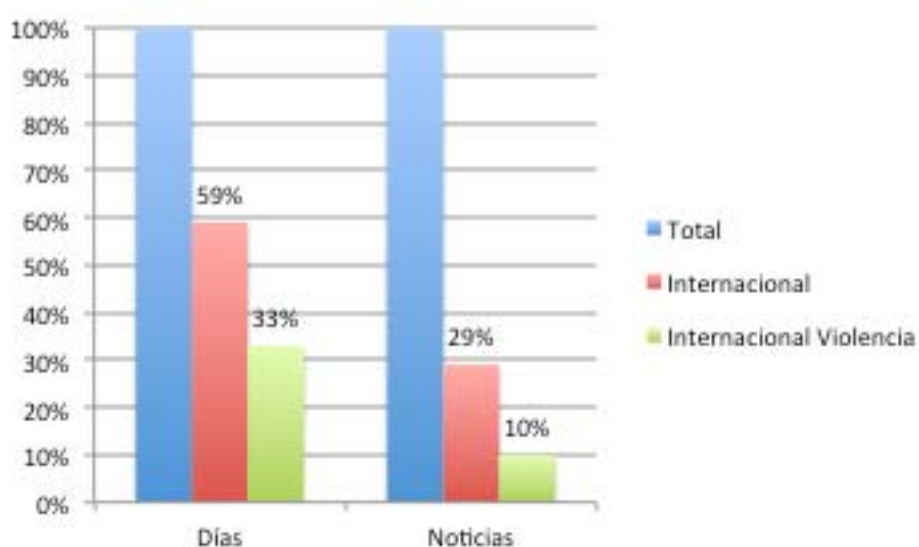
Gráfico 16. Proporción de noticias nacionales e internacionales en el total de portadas y el total de noticias



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 16 nos muestra en las barras azules el total de portadas de noticias. La barra roja de la mitad izquierda nos muestra el porcentaje de portadas que contienen noticias internacionales y la columna de color verde nos señala aquellos días en que las portadas no presentan ninguna noticia internacional. En la mitad derecha las barras azul y roja señalan respectivamente el porcentaje de noticias nacionales e internacionales sobre el total. Asimismo, si agregamos la variable violencia al gráfico, encontramos la distribución que refleja el gráfico 17.

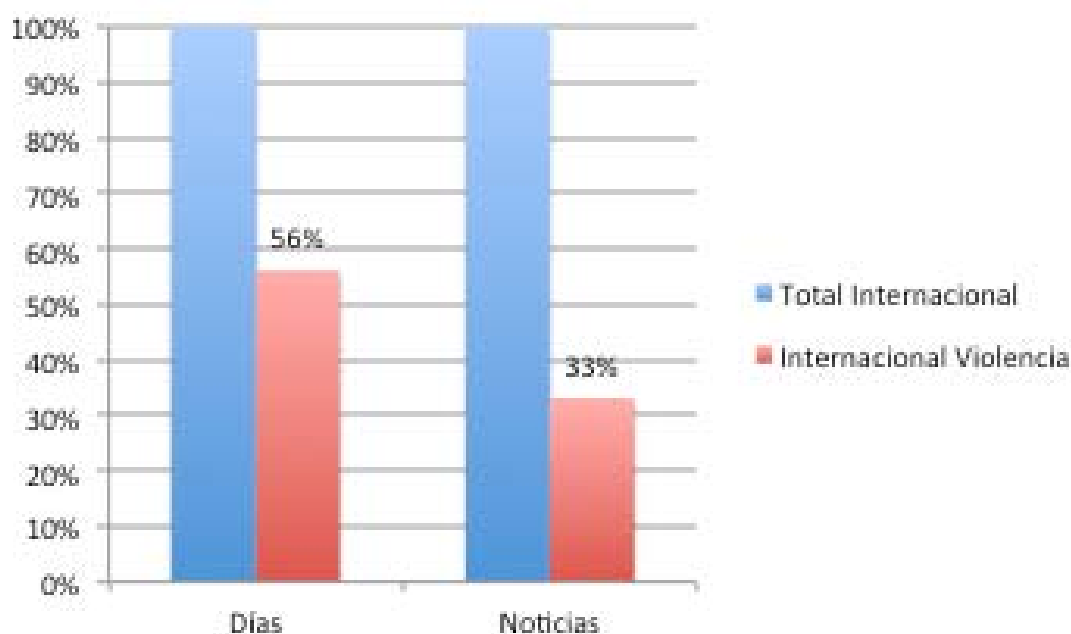
Gráfico 17. Proporción de noticias internacionales y noticias internacionales referidas a hechos de violencia sobre el total de portadas y el total de noticias



Fuente: Elaboración propia.

El 33% de los días seleccionados en la muestra, *El Mercurio* publica en sus portadas noticias internacionales con hechos de violencia política internacional, lo que representa el 10% del total de noticias. Sin embargo, si consideramos el porcentaje en relación exclusivamente a los días que se tocaron temas internacionales en la portada de *El Mercurio*, encontramos que el 56,2% de los días se publicaron noticias vinculadas a la categoría de sentido de violencia política, ligada a la izquierda internacional y al bloque soviético; un 33% de las noticias referidas a temas internacionales.

Gráfico 18. Noticias internacionales con hechos de violencia política



Fuente: Elaboración propia.

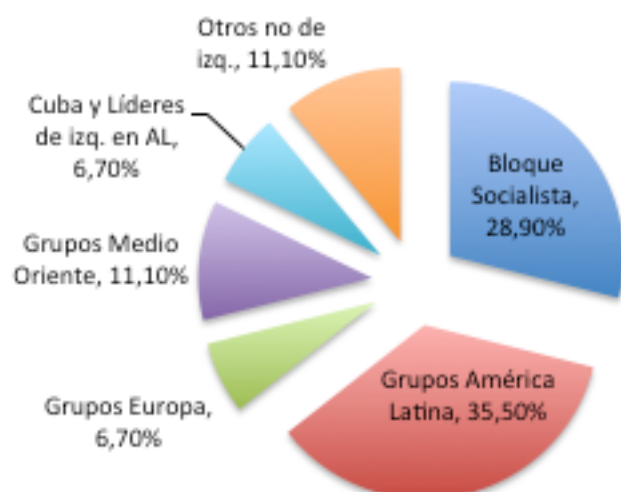
Hemos encuadrado en la categoría “violencia política” aquellas noticias que contienen palabras como: “terrorismo”, “secuestros”, “atentados”, “bomba”, “muerte por motivaciones políticas”, “Golpe de Estado”, “Lucha Civil”, “existencia de rehenes”, “propaganda”, “subversión”, etcétera. Así como los siguientes adjetivos para señalar a los autores: “terroristas”, “marxistas”, “guerrilleros”, “izquierdistas”, “revolucionarios”, “extremistas”, “hombres armados”, “piratas armados”, “secuestradores”; también aparecen referencias colectivas, a saber, “comando extremista”, “grupo guerrillero”, “grupo de civiles armados” o “comando revolucionario”.

Posteriormente a esta primera clasificación de las noticias, hemos buscado y clasificado a quién señala el periódico *El Mercurio* como origen o causa de la violencia en la noticia, encontrando categorías relativas al territorio y al *líder, grupo o gobierno* involucrados, según la noticia, en la gestación de la violencia.

Del total de noticias clasificadas como violencia política, el 89% se encuentra (re)asignada a la ideología de izquierda según *El Mercurio*, mientras que tan solo el 11% no se encuentra asociado a esta ideología política:

- Bloque socialista, la URSS y la órbita soviética y China (las decisiones son de estado). Utilizando términos como “países marxistas”, “Países rojos”, “China Roja”, “Violencia política”, “intervención”, “advertencias”.
- Grupos de medio oriente, izquierda islamista, guerrilleros árabes (presuntamente húngaros).
- Grupos de izquierda en América Latina: Tupamaros / ELN (Argentina, Uruguay, Bolivia, Brasil, Cuba y Colombia). Células activas, guerrilleros.
- Grupos de izquierda en Europa (IRA o ETA).
- Líderes de izquierda en países latinoamericanos y Cuba (asilo político, facilitan la violencia, liberan a marxista, etcétera).
- No culpan a la izquierda.

Gráfico 19. Reasignación de la violencia política en noticias internacionales con hechos de violencia



Fuente: Elaboración propia.

En efecto, el gráfico 19 nos señala que mayoritariamente (en un 35,5% de las ocasiones) el origen de la violencia es atribuido a los grupos de izquierda en América Latina, como los Tupamaros o el ELN. Los países mencionados son Argentina, Uruguay, Bolivia, Brasil, Cuba y Colombia. Se refiere a un accionar no institucional, es decir, que no proviene de los gobiernos de estos países.

Los países del Bloque Socialista, por su parte, que estaban principalmente representados por la Unión Soviética y China, pese a la tensión política existente por entonces entre ambas superpotencias, son mencionados en un 28,9% de las noticias como causantes de la violencia política, junto a países considerados en la órbita soviética en esa época, tales como Rumania, Polonia, Hungría, Checoslovaquia, Bulgaria, Yugoslavia, Argelia. Lo cual responde claramente al discurso legitimador del imperialismo estadounidense que se ve disfrazado por la amenaza violenta a la democracia y a los valores de la sociedad occidental (Vanaik, 2010) en que se encontraba empeñado el diario *El Mercurio* en tiempos de la Guerra Fría. Estas dos agrupaciones (URSS-órbita soviética y China) representan más del 70% del área del gráfico 19.

A modo de síntesis podemos destacar, primeramente, el carácter eminentemente político del diario *El Mercurio*, más allá de su declaración de principios y propósitos fundacionales, dado el alto contenido de noticias de este ámbito que contienen sus páginas de portada, tanto en lo que respecta al ámbito nacional (71,56%) como internacional (46,79%), tal y como se evidencia en las figuras anteriores. No olvidemos que este medio de comunicación tenía prácticamente el monopolio de las agencias internacionales, como hemos señalado con anterioridad, llegando incluso algunas de ellas a funcionar directamente en las dependencias ubicadas en su histórico edificio consistorial en la calle Compañía con Bandera, en pleno centro de la capital chilena (Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970). Un contenido que, sumado al tema de las movilizaciones y protestas (35,78%), nos permite afirmar que la presencia en sus páginas de contenidos de temática política es extremadamente alta.

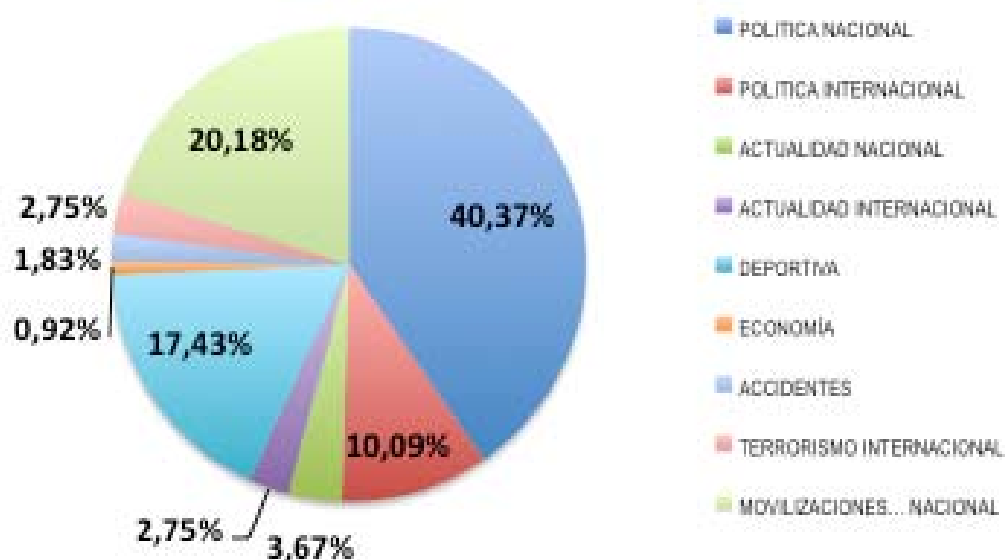
Y, para completar la lógica política del encuadre (*framing*) que desarrolla este medio con la realidad de entonces, tenemos que ese alto contenido político de sus páginas está

fuertemente ligado al tema de la violencia (política), tanto en el ámbito nacional (45,9%) como internacional (33%), y asignado, casi exclusivamente, a la izquierda política (89%). Lo cual manifiesta su clara sintonía con los llamados discursos legitimadores del poder imperial estadounidense propios del periodo de la Guerra Fría. Un discurso manipulador que, por lo demás, estaba revestido –o derechamente disfrazado– de la lucha contra el terrorismo y la amenaza encarnada por la URSS en materia de defensa de la democracia y de expansión de la libertad, seguido de la promesa de prosperidad (Vanaik, 2010).

5.1.3. TITULARES

Además de contabilizar las temáticas generales, hemos agrupado aquellas temáticas presentes en el titular principal, o primera noticia de la portada en caso de no estar definida la jerarquía en cuanto a tamaño. Es así como hemos construido el gráfico 20.

Gráfico 20. Distribución temática de los titulares principales o primera noticia de las portadas analizadas



Fuente: Elaboración propia.

En relación a los titulares principales de las portadas o primeras noticias de las portadas el gráfico 20 nos muestra que la mayoría están referidos a aspectos de **Política Nacional** en un 40,37%, a lo cual es posible sumar el 20,18% remitidos a la

participación de la ciudadanía en movilizaciones sociales, por lo que referidos en última instancias también a Política Nacional, con lo que tenemos casi un setenta por ciento de contenido relativo al ámbito de política nacional. Confirmando con ello el carácter eminentemente político del medio en cuestión.

Por su parte los temas internacionales ocupan más del 15% de los titulares (principales) de *El Mercurio*, referidos principalmente a temas políticos de actualidad internacional con una fuerte tendencia a presentar el tema internacional ligado a la violencia o al terrorismo internacional; mientras la temática deportiva, que aglutina la mayoría de los titulares de los días lunes y algunos de fechas de días posteriores a algún evento deportivo, alcanza un 17,43% de los titulares principales. Una de las características de las portadas de los días lunes, precisamente, es que se encuentran dedicadas prácticamente en un 100% al tema deportivo, existiendo algunas excepciones en donde la temática deportiva aparece tematizada a partir de la intercalación de noticias de carácter político, principalmente, referidas a movilizaciones, protestas o huelgas. En el período de la UP, el titular deportivo de los días lunes fue sustituido en un 12% de los casos por titulares sobre huelgas o movilizaciones. Es interesante destacar que la enorme mayoría de las veces en que los titulares de amplia masividad (deporte) son matizados por un contenido extra deportivo lo sean con temas relativos, no solo al ámbito político, sino que específicamente lo son en función de temas remitidos a la violencia, huelgas y movilizaciones políticas.

5.1.4. PORTADAS MONOGRÁFICAS

Para examinar y analizar el dispositivo monográfico se procedió a realizar una clasificación operacional de cada una de las temáticas generales, que responden convencionalmente a los ámbitos específicos de que tratan.

Tabla 11. Portadas monográficas

Clasificación	Descripción	Titular
Políticos	Se refiere a información y reflexiones en torno a la situación política y social en la cual se encuentra el país. Involucra temas de salud, económicos, electorales, judiciales, etc.	“Estrecho triunfo de Allende” (5.09.1970)
		“Presidente Allende analizó resultado de la elección” (06.04.1971)
		“Definición en la Universidad de Chile” (06.06.1971)
		“La Protesta surge desde el almacén” (15.08.1971)
		“Perspectivas del Año Judicial” (07.03.1971)
		“Masivo apoyo al plebiscito” (23.11.1971)
		“El desabastecimiento” (28.01.1972)
		“Guerra contra las Drogas” (19.11.1972)
		“Diagnóstico: Insuficiencia Hospitalaria” (02.07.1972)
		“JAP sin alimento ni libertad” (23.01.1973)
		“Síntomas de enfermedad en la medicina curativa” (08.04.1973)
		“Descarrilamiento de la “Vía Chilena” (08.07.1973)
Internacional	Se refiere a hechos noticiosos ocurridos fuera del país	“Primera entrevista Nixon-Mao”(22.02.1972)
		“Odio en la Olimpiada” (10.09.1972)
Deportivos Nacionales	Referido a aquellos contenidos relacionados con el deporte en el ámbito local	“Brasil venció a Chile 5-0” (05.10.1970)
		“Unión San Felipe Campeón” (13.12.1971)
Hechos noticiosos puntuales	Referido a aquellos acontecimientos puntuales que no son de carácter político ni deportivo	“Pablo Neruda, Premio Nobel” (24.10.1971)
		“Odisea en la Antártida” (12.02.1972)
Otros	Se refiere a reflexiones de carácter cristiano.	“El hombre no muere en vano” (02.04.1972)
		“Navidad, Fiesta de Alegría” (25.12.1970)

Fuente: Elaboración propia.

Por lo demás en los monográficos encontramos dos referidos a acontecimientos internacionales (“**Encuentro Nixon-Mao**” (22 de febrero de 1972) y “**Terrorismo en las olimpiadas**” (10 de septiembre de 1972). El 66% de los temas nacionales tratados en los monográficos corresponden principalmente a críticas a la gestión del gobierno en diferentes áreas (política, salud, drogas, economía, desabastecimiento, electoral, etc.). En el resto, encontramos referencias a hechos que han ocurrido en la fecha de publicación, como por ejemplo triunfos deportivos, el “**Premio Nobel de Pablo**

Neruda”, “accidente en la Antártida”, etc. y otras extrañas reflexiones ensoñativas de carácter cristiano relativas a la navidad o la existencia humana.

5.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

5.2.1. ANÁLISIS DE PORTADAS MONOGRÁFICAS

El recurso de enfatizar monografiando las portadas sustancialmente consiste en la presentación de un contenido dotado de un desarrollo, con un tratamiento discursivo y de gran formato. Por lo general estaban remitidas a temas en los cuales políticamente el medio en cuestión ejerce oposición al gobierno de la UP, a saber, la salud, la justicia, la economía, la violencia política, principalmente. La portada que reproducimos en la figura 18 es un clásico ejemplo del recurso monográfico en donde vemos un titular dotado de cierta ironía enfatizando contenido mediante la letra cursiva y minúscula, que señala “**síntomas de enfermedad en la medicina curativa**”, seguido de una inmejorable manera de llamar la atención con una imagen de gran formato dotada de una dramaturgia de corte sensacionalista (retórica de las emociones) en donde se advierte en una imagen fotográfica a una pobladora con su pequeña hija en brazos.

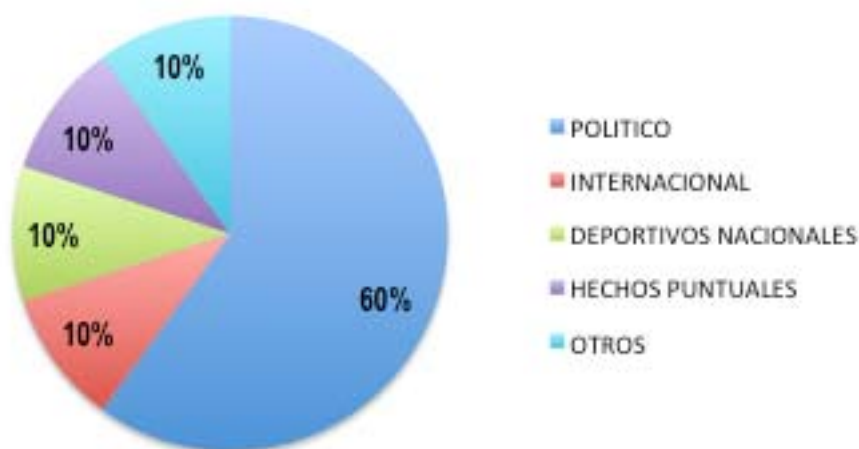
En concreto, el contenido del mensaje apunta al deficiente estado de la salud primaria, que afecta directamente a los más desposeídos, como si fuera un problema de gestión del gobierno de turno (re-atribución de la responsabilidad). La manipulación discursiva, del tipo desinformativa (distorsión) mediante la vía de la entrega parcial de la información, radica justamente en este tema, pues la información aparece tratada como completa y en profundidad en circunstancias de que se trata de un contenido claramente sesgado y tendencioso, al tratar el problema de la salud como un problema de (mala)gestión del gobierno de turno y no, como en efecto ocurre, un problema prácticamente endémico de una sociedad dotada de grandes cuotas de inequidad social como la sociedad chilena de entonces. Situación que se evidencia precisamente en cuestiones como la mala calidad de las prestaciones de salud a los más necesitados. Estructura de sentido que se ve reforzado mediante las categorías retóricas del desamparo de los sectores más necesitados, sectores que por lo demás un gobierno socialista, como de la UP, declara defender y representar.

Figura 18. *El Mercurio*, Abril 8, 1973. Portada monográfica.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

Gráfico 21. Distribución temática de las portadas monográficas



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 21 nos muestra que la temática más recurrente en las portadas monográficas (60% de los casos) se refiere al ámbito político, donde se entrega abiertamente, además de información, opinión en torno a la situación política y social en la cual se encuentra sumido el país. Involucra específicamente temas de salud, económicos, electorales, judiciales, etc. El resto de las portadas se distribuyen en forma igualitaria entre las otras temáticas.

En relación a los años analizados, se observa, según el gráfico 22, que 1971 fue el año que más se utilizó este recurso, creciendo el predominio de los monográficos de temática política. En el año 1973 siempre que se usó el recurso monográfico estuvo orientado a severas críticas relativas tanto a la gestión como al proyecto político del gobierno socialista, cuestión que estaba dirigida en función del encuadre de un país en medio de una grave situación de caos, con serios problemas de desabastecimiento y crisis del sistema de salud, que queda reflejado en titulares de portada de estos dispositivos monográficos, como por ejemplo: “**JAP sin alimentos ni libertad**”¹⁵³ o

¹⁵³ La JAP, Juntas de Abastecimiento y Control de Precios, dependientes de la Dirección de Industria y Comercio (DIRINCO) y de la Secretaría General de Distribución del Gobierno de la Unidad Popular, surgidas para garantizar el acceso y la distribución de mercancías de las masas dueñas de un mayor poder de adquisición, a través de la aplicación de una política redistributiva, proceso que se ve enfrentado a una estructura productiva y distributiva tradicional incapaz de satisfacer el abastecimiento de todos los sectores del país. En la cual tuvieron un rol protagónico las organizaciones de la base poblacional (CEME, Centro de Estudios Miguel Enríquez, 2005).

[illegible]

384

Figura 20. *El Mercurio*, Julio 8, 1973. Portada monográfica.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

Gráfico 22. Distribución temática de las portadas monográficas según año de publicación.

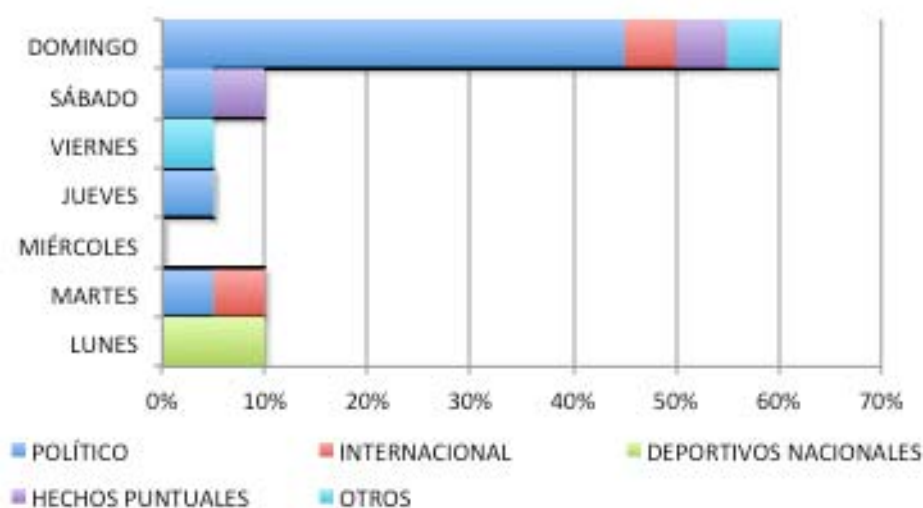


Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 22 se advierte que este dispositivo (portadas monográficas) mayoritariamente se empleó en el año 1971, año en que también registra un notable incremento el porcentaje de portadas monográficas de temática internacional. Este ostensible incremento se debe, en nuestra opinión, a que ese año corresponde en la práctica al primer año de gobierno, ya que asumió a fines de 1970, y al mismo tiempo correspondió al año en donde se puso en práctica toda la maquinaria de desestabilización que marcó la tónica de lo que sería el tratamiento comunicacional que le daría al Gobierno una buena parte de la oposición, especialmente la liderada por el sector de la derecha política, que representa el diario *El Mercurio*. Un año en el cual, por lo demás, la violencia política, prolongada desde los últimos días de 1970, dio lugar a otro magnicidio en la persona del dirigente demócrata cristiano Edmundo Pérez Zujovic. Un suceso que marcó un punto de quiebre definitivo entre el Gobierno y la DC, sellando a la postre el destino de la democracia chilena hacia el despeñadero. A partir de ese momento se instaló la idea de la inevitabilidad del golpe de Estado como única salida posible a la supuesta crisis política chilena.

Por otra parte, al clasificar las portadas monográficas según el día en que se publican, se observa que en el 60% de los casos estos dispositivos se publican en día domingo, como se aprecia en la gráfico 23, hecho atribuible, según las rutinas periodísticas, al día de descanso, en donde aumenta la oferta y el consumo de medios, pues se dispone de más tiempo de ocio para consumirlos.

Gráfico 23. Distribución temática de las portadas monográficas según día de publicación.



Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN INTERNACIONAL SEGÚN LA PAUTA DESINFORMATIVA

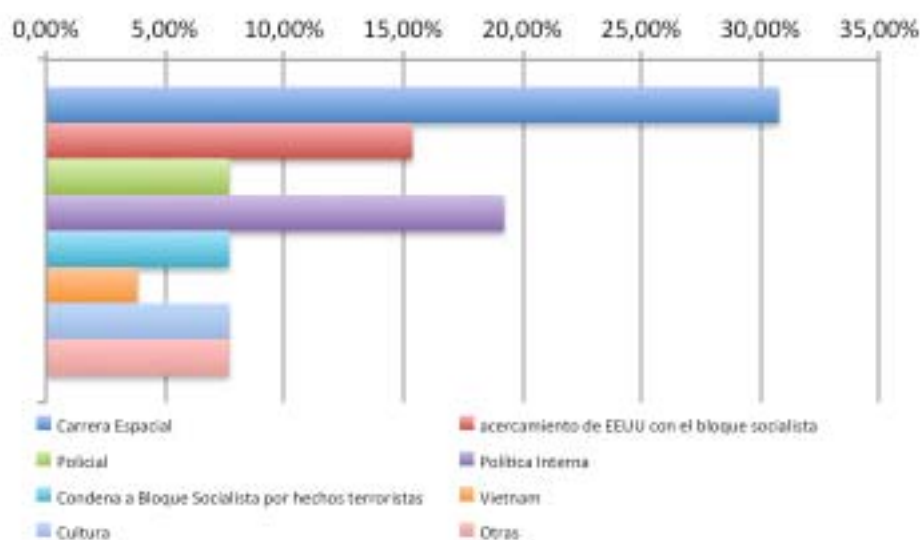
En relación a la pauta de desinformación, y recapitulando lo que hemos inferido del Informe Church (1975) anteriormente, cabe recordar que respecto de la cobertura de la información internacional contaba básicamente con dos centrales recomendaciones de contenidos, a saber, la (auto)Presentación positiva de los EEUU (bienestar económico de la sociedad, logros militares y en la carrera espacial) y, por contrapartida, la presentación negativa del otro representado en la URSS y su órbita de países, incluido Cuba y algunos países árabes del Oriente Medio (campana de alarma anticomunista al estilo del 48 en Italia).

En relación a la primera instrucción, encontramos que en un 23,85% de la muestra de las portadas de *El Mercurio* se encuentran noticias referidas a EEUU, las que abordan

variados y distintos temas, siendo el mayoritario relativo a la carrera espacial (30,7%), seguido de política interna (19,2%) y de noticias relativas al esfuerzo de EEUU para lograr acercamientos con el bloque socialista (15,4%). El resto de los temas se desglosa homogéneamente. Cabe destacar **que el tema menos mencionado es el que se refiere a la participación de EEUU en la Guerra de Vietnam, la cual en todo el periodo estudiado (según muestra representativa) se menciona tan solo en tres ocasiones relacionándola con EEUU**, habida cuenta del fuerte contenido internacional de sus noticias y de que prácticamente este medio tenía el monopolio de las agencias internacionales, como hemos podido advertir.

El gráfico 24 nos ilustra cómo se desglosan los temas cuando la noticia habla de EEUU.

Gráfico 24. Noticias sobre EEUU según temática en las portadas de *El Mercurio*.



Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que además hay otras noticias que mencionan a EEUU, sin ser la temática principal, por lo que no se incluyen en este conteo, pues se clasifican dentro de aquellas noticias que más que referirse a países específicos, hablan de instituciones internacionales como las Naciones Unidas, la OEA, la UNCTAD, ALALC, etcétera, donde las noticias están referidas a la promoción de la paz, el diálogo, la cooperación, la mediación entre países, o tratados de carácter comercial, etcétera.

En el periodo estudiado, la tensión existente entre China y la Unión Soviética es un tema intensamente tratado, por ejemplo: **“Creciente tensión en la frontera chino-soviética”**, **“Crece tensión bélica entre Moscú y Pekín”** (23 de diciembre de 1971), **“Violenta Crítica China al ‘Revisionismo Soviético’”** (6 de julio de 1971), resaltando las conversaciones y acercamientos de China a EEUU ante la posibilidad que este país tiene de **“arrebatar a la Unión Soviética su posición hegemónica”**. Y la negación de EEUU a hablar con los rusos. Se resaltan conflictos de la URSS con otros países: **“Tensión La Paz-Moscú”** (23 de marzo de 1972) y se denuncia su apoyo a la creación de conflictos bélicos en noticias como **“Barcos Rusos a Vietnam”** o **“Sadat trataría de obtener asistencia soviética ante una guerra con Israel”** o **“Sadat a Moscú”** (2 de febrero de 1972); como asimismo los conflictos internos del régimen soviético, a saber, **“Purga Sacude Altas Esferas Soviéticas”** (29 de abril de 1973).

En relación a la Guerra de Vietnam, tal y como se señaló anteriormente en todo el periodo hubo tan solo tres menciones a ese conflicto bélico, que no daban precisamente cuenta de la barbarie cometida por los Estados Unidos, no exenta del empleo de armas químicas (gases tóxicos y herbicidas) y de napalm como componente esencial de sus operaciones militares: **“Norvietnamitas avanzan sobre Hue”** (3 de mayo de 1972), **“Evacuación de Norteamericanos”**, **“Barcos Rusos a Vietnam”** o **“Hanoi rechaza Plan de Nixon”** (13 de mayo de 1972) y **“EE.UU. bombardea Vietnam del Norte** (enfatisando que es “para obligarlo a aceptar sus condiciones para la paz”) (19 de diciembre de 1972)”, **“(París) Inaugurada Reunión De Paz para Vietnam”** (27 de febrero de 1973).

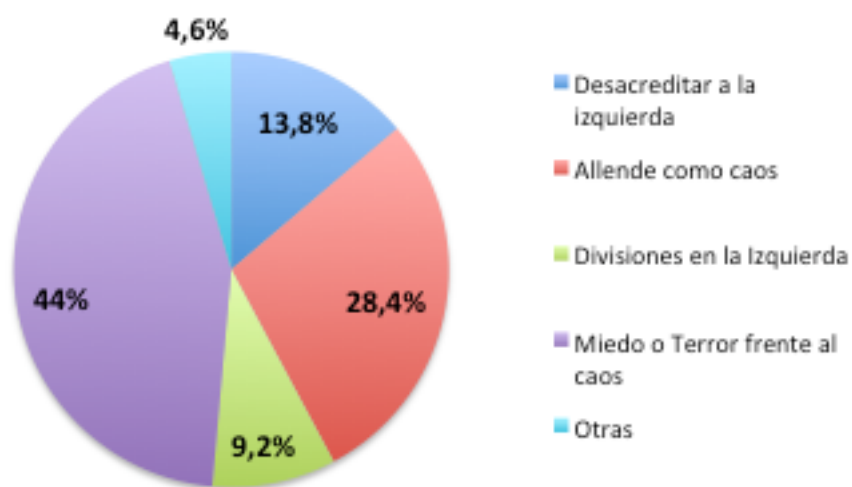
5.2.3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE ÁMBITO NACIONAL SEGÚN PAUTA DESINFORMATIVA

Para realizar el análisis de la información de ámbito nacional, la principal fuente de información fueron los artículos editoriales, según la muestra analizada. Una vez desarrollado el correspondiente análisis de los artículos editoriales de *El Mercurio*, los contenidos de cada uno de ellos se han agrupados básicamente en cuatro categorías diferentes que dan cuenta de distintos procesos:

- Editoriales centrados en la desacreditación del Gobierno y de la izquierda, fundamentalmente a través de la asignación de características negativas y de la violencia, que pretende desacreditar ante la opinión pública a la izquierda, atacando a la coalición (partidos) de la Unidad Popular (UP).
- Presentación de Allende y su gobierno como causante del caos existente en el país, asimilándolos tanto al colapso económico como a la violencia (represión), al caos y destrucción de la democracia y de los valores cristianos, la propiedad privada, el fin de la religión y de la vida familiar (permisividad ante las tomas, medidas económicas drásticas, falta de control, etcétera).
- Divisiones en la Izquierda, básicamente acentuando las contradicciones y diferencias estratégicas respecto del proceso político y mostrando sus deficiencias.
- Miedo o Terror frente al caos, referido a instalar la sensación y atmósfera de caos, desconcierto y miedo en la sociedad chilena a objeto de generar el clima propicio y las condiciones objetivas para el desarrollo del golpe de Estado.

Las noticias que fue imposible agrupar en función de estos criterios fueron asignadas a la categoría “otras”. El gráfico 25 ilustra la distribución de dichas categorías temáticas y sus comportamientos porcentuales:

Gráfico 25. Editoriales según categorías temáticas surgidas a partir de las variables de la Pauta Desinformativa



Fuente: Elaboración propia.

Encontramos que el 44% de los editoriales analizados contribuyen a instalar la sensación de miedo frente al caos que podría traer la gestión socialista del gobierno, es decir advierte sobre las consecuencias, tales como la destrucción de la familia, el fin de los valores de la sociedad occidental, la implantación de una dictadura del proletariado, la pérdida de la propiedad privada, etc.

5.3. ANÁLISIS CUALITATIVO: LA ESTRATEGIA DISCURSIVA MERCURIAL

A modo de preámbulo y con el objeto de ir develando paulatinamente los diferentes aspectos involucrados en la estrategia discursivo-persuasiva articulada por el diario *El Mercurio* en el marco del vasto programa “de sabotaje y desestabilización de la democracia chilena” (Church, 1975), habiendo efectuado un examen más o menos exhaustivo de la muestra en su conjunto (editoriales y portadas), y antes de entrar de lleno a la aplicación del método de ACD propuesto por Van Dijk (2009) que hemos detallado anteriormente, procederemos a desarrollar un breve mapa de *actantes*, de *categorías temáticas y conceptuales* (Bryman, 2004). Ello nos permite contextualizar sociopolíticamente el *acontecimiento* –en el sentido foucaultiano del término– que nos ocupa junto con hacernos una idea más o menos clara de las correlaciones de fuerza y las lógicas de poder inscritas en el proceso revolucionario chileno (de producción social), atendiendo al requisito *sine qua non* relativo al abuso de poder discursivo (reproducción discursiva del poder) por parte de los sectores dominantes mediante el expediente de la *cognición social*.

A nivel del contexto sociopolítico el *acontecimiento* que nos ocupa, siguiendo el planteamiento vandijkiano del ACD, a nivel de requerimiento más bien didáctico, estuvo representado por dos bandos en conflicto claramente expresados y en torno al eje dominador/dominado, poderoso/débil, se sitúa el total de interlocutores (actantes/roles) involucrados en dicho conflicto a nivel de *manipulador/dominador* (emisor), *manipulado/dominado* y objeto de la manipulación (receptor). Por un lado, tenemos al presidente Salvador Allende (su equipo de gobierno compuesto por ministros, subsecretarios y demás autoridades de gobierno) y su coalición de gobierno, la Unidad Popular (UP), un conglomerado de partidos políticos de izquierda encabezados por las dos más grandes formaciones de la izquierda chilena de entonces, a saber, el Partido Socialista (PS) y el Partido Comunista (PC) y sus personeros y dirigentes, además de los dirigentes de organizaciones sociales y sindicales (Central Unitaria de Trabajadores, CUT) (Garretón, 1987), que aspiran al cambio social.

Dicho sector, por estar llevando a cabo un proceso revolucionario con la pretensión de beneficiar con su programa y acción de gobierno (un conjunto de profundas transformaciones políticas, sociales y económicas) a un amplio sector de la sociedad, mayoritariamente representado por los sectores más necesitados de la sociedad chilena de entonces, simbólicamente habría que identificarlo en un escenario de *conflictividad social* representada por el *eje poder-contrapoder* (Castells, 2012), **en el polo de los débiles o dominados**; pues pese la condición de “oficialismo” que ostenta el poder político a partir del triunfo en las presidenciales de 1970, al ser el actor político y social encargado de subvertir el orden imperante y de romper con el status quo (Castells, 1974) se sitúa, indiscutiblemente, en el polo de los *movimientos sociales* encargados del ejercicio político *insurgente o insurreccional* (Castells, 2009-2012).

En el otro espectro, el lado opuesto del eje de la conflictividad sociopolítico, se sitúa el poder, que en este caso podemos identificarlo como el sector de la oposición representada fundamentalmente por los sectores oligárquicos identificados con partidos políticos de la derecha y el centro político, liderados por los partidos Nacional (PN) y Democracia Cristiana (PDC), principalmente, sus dirigentes y parlamentarios, además de personeros y dirigentes de organizaciones patronales, empresariales (comercio, transporte, etc.), sociales y gremiales (colegios profesionales y algunos sindicatos) adscritas a estas formaciones políticas, como asimismo las élites financieras, empresariales, sociales y políticas: **el polo del poder y la dominación**. Quienes, básicamente, al ver amenazados sus intereses fundamentalmente económicos en el accionar del gobierno popular; renunciando desde el primer momento (inclusive antes de la asunción del gobierno) a ejercer una oposición democrática, asumieron una dura confrontación al gobierno, de manera beligerante y hasta inclusive ilegítima (no exenta de boicot, sabotaje y hasta acciones de terrorismo) (Touraine, 1974), como veremos más adelante. Toda vez que se plantean, como hemos podido advertir anteriormente, desde el comienzo formando parte de una plan que tiene como fin la desestabilización de la democracia chilena y el derrocamiento del Gobierno, mediante la promoción de un clima de violencia, caos y desorden: una salida al “estilo Guatemala”.

Cabe recordar, siguiendo a Castells (2012; 2009), que la sociedad es producto de este juego dialéctico o que es el fruto de los conflictos y las negociaciones entre actores sociales, en la mayoría de los casos antagónicos (poder-contrapoder); en donde el *poder*, el código fuente de la sociedad, asienta su poderío en el control de la mente y la

voluntad de los sujetos individuales y colectivos, y en cuyo proceso resulta fundamental el control de la comunicación y la información (medios de comunicación) al ser este el espacio en donde se sitúa privilegiadamente la construcción de significados de la mente humana.

En medio de ambos bloques dispuestos en un eje bipolar de tensión políticosocial (poder-contrapoder) podríamos situar a la opinión pública nacional (por lo que también caen acá los sectores afines al gobierno) y a los *sectores medios* de la sociedad chilena de entonces y a sus referentes organizativos (juntas de vecinos y centros de madres), como asimismo algunos *grupos prioritarios* (mujeres, jóvenes y estudiantes, empleados y trabajadores, dueñas de casa): sector objeto, destinatario preferencial o *target* de las acciones manipulativas. No olvidemos que esta narrativa, al estar al servicio de los discursos legitimadores del poder imperial tenían como propósito generar grandes consensos de opinión, precisamente, en dichos sectores de la población (Vanaik, 2010).

En relación a esto último, cabría destacar que en tales acciones se usó de manera muy eficiente la información de calidad obtenida vía Camelot Project (1963-1964) –que Vidal-Beneyto calificó como el mayor escándalo científico-social del siglo XX¹⁵⁴– y alguno que otro levantamiento de datos producto de la campaña de Eduardo Frei Montalva. Un ejemplo de ello se relaciona con el hecho de que las mujeres nunca habían votado a Allende y que eran preferentemente dueñas de casa, por ende, virtualmente excluidas tanto de la vida pública y de las mejoras prometidas por el gobierno (Mattelart, 1976), con lo cual fueron transformadas en uno de los grupos prioritarios del plan de desinformación.

¹⁵⁴Seguramente, además, es uno de los episodios bochornosos (que forma parte de las acciones del mega plan dual que se aplicó igualmente en Chile) de la guerra ideológica y de información (Guerra Fría Cultural) llevada a cabo por el gobierno estadounidense, que consistió en una operación diseñada por los analistas James R. Price y Paul Jureidini del Special Operations Research Office (SORO) de la American University de Washington, D.C., con el propósito de estudiar las causas de las revoluciones en los países en desarrollo con el fin de preverlas y combatirlas. Contó con un presupuesto de seis millones de dólares y los profesores Johann Galtung y Eduardo Fuensalida, en calidad de coordinadores, contactaron con más 59 investigadores para invitarles a participar. Al poco este par de profesores denunciaron a la prensa las verdaderas intenciones del programa: que se estaba movilizando a profesores universitarios y a científicos sociales para reunir datos y procesarlos en función de los intereses del ejército norteamericano. Las reacciones no se hicieron esperar, al punto que provocó la intervención del Comité de Relaciones Exteriores del Senado, presidido por William Fulbright, y al más alto nivel del gobierno estadounidense (secretarios de Defensa, de Estado, la Presidencia) por lo que finalmente el proyecto en cuestión quedó definitivamente abortado a un año de su inicio en 1964 (Galtung, 1968; Solovey, 2001; Madian y Oppenheim, 1969; Horowitz, 1967).

En este convulso escenario sociopolítico es donde el diario *El Mercurio*, desde su particular *performance* comunicacional, desarrolla una lucha frontal contra el gobierno del Presidente Allende y la UP en defensa del Estado oligárquico y del sistema capitalista, desde su doble condición de privilegio, siendo juez y parte, al formar parte de un conglomerado económico-empresarial al mismo tiempo que vocero de la oligarquía chilena, las clases altas expresadas tradicionalmente en la derecha política: las élites político-económico-sociales (Castells, 1973). Para el citado analista Manuel Antonio Garretón, este diario intuye muy bien lo que políticamente está en juego por entonces: el eminente final de la sociedad oligárquica chilena (Agüero, 2008). Por lo que no resulta para nada complicado ni debería extrañarnos identificar al polo de la oposición (derechista) con el sector que ejerce el poder (abusivo) y la dominación (Varas, 1977).

No olvidemos que, cuando hablamos de *manipulación*—que involucra necesariamente poder y más específicamente *abuso de poder* y de *dominación* e influencia *ilegítima*, de control de algunos agentes y sectores sociales sobre otros— estamos hablando, además, de determinadas estrategias discursivas controladas por ciertas élites con el objeto de reproducir su poder, por un lado, y de perpetrar y legitimar ciertas formas de injusticia e inequidad social, en este caso aquellas basadas en la clase social, por otro (Van Dijk, 2009: 11). Dominación que para todos los efectos, incluido éste de los sectores oligarcas chilenos, implica un acceso y un control privilegiado, por ejemplo, a los medios de comunicación (una de las formas prioritarias de discursividad pública), que en este caso se satisface con creces, por ser el diario *El Mercurio* arte y parte en todo este asunto. Por todo ello resulta fundamental, en primer lugar, examinar el contexto sociopolítico (Van Dijk, 2009).

Lo siguiente corresponde a una serie *isotópica* de *categorías binarias* (categoría de sentido relativas a los actores sociales), que aparecen desplegadas a lo largo de la estrategia discursiva mercurial:

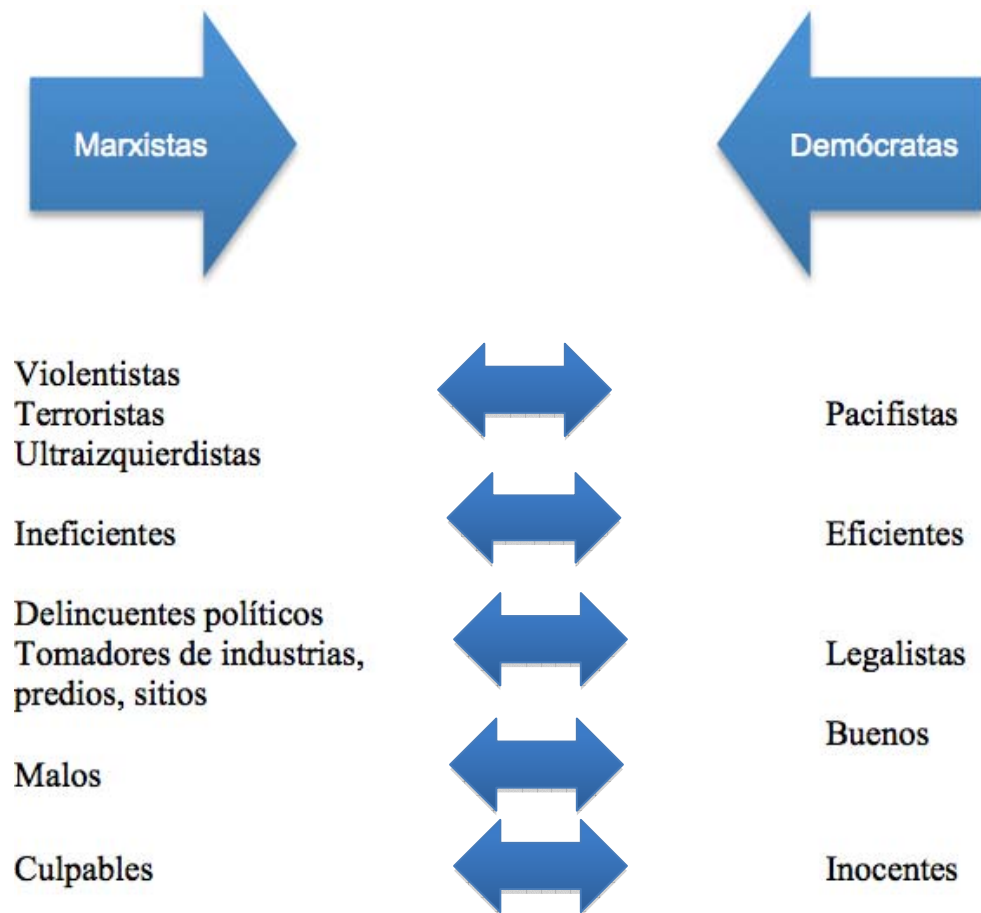
Gobierno (Oficialismo)	/	Oposición
UP (Unidad Popular)	/	CODE (Confederación de la Democracia)
Ministros	/	Dirigentes políticos
Parlamentarios UP	/	Parlamentarios CODE
Sectores obreros	/	Sectores medios y altos
Dirigentes sociales	/	Dirigentes patronales
Dirigentes sindicales	/	Colegios profesionales
Juventud trabajadora	/	Juventud universitaria
Mujer pobladora	/	Mujer profesional

En lo que respecta a la tematización, desarrollaremos un ejercicio similar al anterior a nivel lexicográfico con las *Estructuras Fundamentales (Categorías de Sentido)* ideológico:

Izquierda	/	Derecha (Centro)
Dictadura	/	Democracia
Esclavitud	/	Libertad
Socialismo	/	Capitalismo
Caos	/	Orden
Economía Social /Estatat	/	Libre mercado
Violencia	/	Paz
Ineficiencia	/	Eficiencia
Antipatriotas	/	Patriotas
Culpables	/	Inocentes

En lo que respecta al mapa conceptual podríamos señalar algunas categorías (atributos) binarias muy útiles para el *enmarcado* (Lakoff, 2007) que se llevó a cabo de los grupos izquierdistas (véase figura 21).

Figura 21. Diagrama categorías binarias



Fuente: Elaboración propia.

Se puede advertir, claramente, en esta serie de categorías binarias relativas a los actores, los conceptos y los temas que en el eje de la izquierda están cargados de todos los estereotipos negativos y las estigmatizaciones, propias de la estrategia de la polarización ideológica implícita del **Nosotros/Ellos, buenos inocentes/malos culpables, demócratas/antidemócratas**.

5.4. ESTRATEGIA DISCURSIVA MERCURIAL AL CALOR DE LA “PAUTA DESINFORMATIVA” Y DESDE LA PERSPECTIVA DEL ACD

En primer término, uno de los aspectos expresados en las páginas del diario *El Mercurio* (portadas y editoriales) y que hemos podido advertir con el examen del total de la muestra dice relación con **la sistemática aplicación del conjunto de orientaciones discursivas contenidas en la Pauta desinformativo-propagandística diseñada por la CIA**, como se puede advertir en los gráficos 23 y 24 del análisis de contenido internacional (cuantitativo). Hasta donde hemos podido inferir se refieren, a nivel internacional como ya hemos señalado, a semiotizaciones tales como: la presentación positiva de los EEUU (bienestar económico de la sociedad, logros militares y en la carrera espacial) y la presentación negativa del otro representado en la URSS y su órbita de países, incluido Cuba y algunos países árabes del Oriente Medio (campaña de alarma anticomunista al estilo de las elecciones presidenciales del 48 en Italia).

Asimismo, a nivel local, trataban de desacreditar ante la opinión pública a la izquierda, atacando a la coalición de la Unidad Popular (UP) y la figura de Allende, asimilándolos tanto al colapso económico como a la violencia (represión), al caos y la destrucción de la democracia y los valores cristianos, la propiedad privada, el fin de la religión y de la vida familiar; dividir a la izquierda mostrando sus debilidades, contradicciones y diferencias estratégicas respecto del proceso político; e instalar la sensación y atmósfera de caos, desconcierto y miedo en la sociedad chilena (estrategia del pánico) a objeto de generar el clima propicio y las condiciones objetivas para el desarrollo del golpe de Estado.

Desde la perspectiva del ACD tenemos, como ya hemos visto, que el discurso manipulativo se ejerce a nivel *social, cognitivo y discursivo*. En relación al nivel social, como ya hemos señalado un poco más atrás, también, solo cabría insistir en la imprescindible e ineludible condición (anómala) de poder (abuso de poder y dominación) ejercida por este importante medio de comunicación a objeto de ser digno de un ACD, la que se cumple gracias **a su doble condición de miembro de un gran**

conglomerado financiero-económico del Chile de entonces y como vocero de estas élites de poder (Délano, Luengo y Salazar, 1983). Una indiscutible posesión de poder, una práctica abusiva del ejercicio del poder, que indiscutiblemente va en beneficio de sus propios intereses y en desmedro de amplios sectores de la población (populares y medios) que esperaban ser beneficiados legítima y democráticamente con el conjunto de transformaciones emprendidas por el Gobierno de Allende y la UP. Las que para *El Mercurio* y los intereses que representaba constituían naturalmente una seria y frontal amenaza. Ello queda reflejado en los fragmentos editoriales que citamos a continuación, en donde hace uso de uno de los recursos predilectos del modelo desinformativo, y que *El Mercurio* hizo completamente suyo, esto es, la adscripción de los medios a la opinión pública que se traduce en el (pretender) hablar por boca de la inmensa mayoría social (Serrano, 2009).

La opinión pública sabe que la llegada al poder del doctor Allende significa un cambio profundo del régimen económico y social; no ignora que habrá núcleos de influencia desplazados, y le asiste la esperanza de que se gobierne efectivamente para las grandes mayorías, es decir, que el conjunto de la población pueda seguir viviendo y progresando en libertad. Pues bien, esas expectativas no se consiguen con la dictadura ni con el caos¹⁵⁵.

En este mismo sentido quisiéramos citar otro ejemplo muy claro al respecto:

La confesión de que el programa de la Unidad Popular y muchos documentos oficiales ocultan que nos encaminamos hacia la “dictadura del proletariado” (...) el gobierno está “socavando” la estructura de la producción del país. El apellido “capitalista” que le pone a esa estructura es inoficioso, ya que no hay otra estructura de producción (...) El documento que comentamos es uno de los mejores testimonios de que se planea en Chile el golpe dictatorial marxista, a través de la anulación de los opositores más poderosos, del aniquilamiento de los otros y de la incitación de las masas a un futuro enfrentamiento armado, con la mira de destruir las instituciones fundamentales de la República. Eso es lo que anuncian oficialmente los socialistas¹⁵⁶.

Con respecto a estas líneas editoriales citadas, en las cuales se hace referencia a las transformaciones económicas y sociales que serán llevadas a cabo por el gobierno del doctor Allende, solo cabría agregar un comentario más. Al margen del uso sugestivo que hace de los vocablos *libertad*, *dictadura* y *caos*, relativo al hecho de que la manipulación reside en que *ex profeso* los intereses que defiende son extrapolados a los intereses de las grandes mayorías, de la cuales, además, asume directamente su vocería

¹⁵⁵*El Mercurio* (octubre 15, 1970). “División de Responsabilidades y Poderes”. Editorial. Página 3.

¹⁵⁶*El Mercurio* (marzo 13, 1972). “Posición leninista del Socialismo”. Editorial. Página 3.

(hablar por boca de los demás) para deslizar su dura y categórica sentencia: “que el conjunto de la población pueda seguir viviendo y progresando en libertad”. Acá juega con la oposición binaria libertad/dictadura, con el propósito implícito de asimilar, mediante la estrategia del terror, al gobierno y al pueblo a estos dos conceptos (dictadura/ libertad) fuertemente estigmatizados y dotados de una evidente carga de negatividad.

Por otro lado, hemos advertido que la estrategia manipulativa desplegada por este medio de comunicación se sitúa, como era de suponer, también a nivel cognitivo, basado en la memoria de corto plazo (MCP) –a lo cual ya nos hemos referido–, que básicamente busca como resultado **la (in)comprensión discursiva en términos de determinados “significados proporcionales” y de “acciones” conseguidas, fundamentalmente, a través de conjeturas rápidas y eficientes, y de la toma de atajos en vez del desarrollo de análisis completos de la información** (Van Dijk, 2009: 358). Lo cual se traduce en determinados rasgos específicos del texto pensados para afectar (desviar/concentrar) su comprensión, como por ejemplo la posición destacada de ciertos contenidos o el empleo de letras de cuerpo grande o negritas. Cabe señalar que, de no mediar los propósitos y los elementos que se intuyen en juego en este caso (práctica abusiva), se corresponden, naturalmente, con estrategias discursivas generales y con usos y fines más edificantes, sin duda alguna.

En resumen, **la idea de esta estrategia –presente, obviamente, en muchas formas más de discurso persuasivo– es activar ciertos modelos mentales e impactar el control de la comprensión (estratégica, MCP) de un texto, mediante el desvío y la entretención mnemotécnica o mediante la entrega incompleta de la información.** Este perjuicio cognitivo, ocasionado por la pérdida de los detalles de la información, por ejemplo, mayoritariamente –por no decir siempre– va en beneficio de los grupos de poder y, naturalmente, contra los intereses de grupos dominados (Van Dijk, 2009: 359). Y ahí radica, precisamente, uno de los antecedentes de la manipulación.

Si grupos o instituciones dominantes quieren facilitar la comprensión de información consistente con sus propios intereses e impedir la comprensión de la información que no favorece a sus intereses (viceversa para sus receptores) entonces pueden típicamente usar estas formas de manipulación basadas en la MCP de la comprensión del discurso (Van Dijk, 2009: 360).

Como es natural son muchos los casos que pudieran ilustrar este y otros aspectos, con sus más y sus menos, pues está presente habitualmente en casi todos los contenidos editados por este medio como un tópico importante de la estrategia discursiva manipulativa desplegada por el diario *El Mercurio*; por lo que, evitando precisamente la excepcionalidad de los casos metodológicamente, nos remitiremos a una muestra, producto de una *selección aleatoria*, propia de una *muestra cualitativa* (que busca igualmente una cierta representatividad), a objeto de ejemplificar la mayor cantidad de aspectos y características de la estrategia mercurial atendiendo a los criterios de saturación antes referidos. Cabe recordar, en este sentido, que la muestra en el proceso de una investigación cualitativa corresponde más bien a la selección propositiva (Creswell, 2009) de un determinado grupo de elementos, sin importar su tamaño (Barbour, 2007) ni que necesariamente sea representativa del universo o población en estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2010), dado que la idea no es generalizar los resultados a una población más amplia. Por el contrario en una investigación de enfoque cualitativo el diseño propositivo de la muestra lo que busca es alcanzar cierta profundidad (analítica) a partir de la recolección de los datos (simbólicos).

Por lo que empezamos el análisis de la muestra con la portada del **6 de abril de 1971**, un muy buen ejemplo de las portadas de estilo monográfico, en este caso dedicada íntegramente al proceso electoral de las municipales de ese año, en donde aparece con cuerpo grande y en negritas el titular: “**Presidente Allende Analizó Resultado de la Elección**”, y más en destacado aparece un recuadro en el centro de la portada con una letra muy vistosa rellena y en blanco sobre fondo oscuro en donde se lee: “**Gobierno / Oposición**”, con el resultado final: **50,86%** de los votos frente al **49,14%**, respectivamente. Acá, claramente, se trata de centrar la atención respecto de una “interpretación” de los resultados del proceso electoral en el cual se enfatiza, por un lado, el casi empate técnico entre ambas fuerzas políticas y, por otro lado, una eventual derrota del Gobierno.

Esta isotopía aparece reforzada con una declaración del Partido Demócrata Cristiano (PDC), reproducida en la portada en cuestión, en la cual se enfatiza el hecho de que el Gobierno apenas sobrepasó el 50% de los votos de un aspiracional 55%, y lo que es peor aún, en otra parte de la declaración, incluso, se señala explícitamente la posibilidad de que el Gobierno hubiera adulterado los resultados y tan solo obtenido el 48% de los votos. Ello explicaría, según se señala en la declaración política de la DC, que el

Ministro del Interior tardó en entregar los resultados para esconder o disfrazar una derrota o un fracaso electoral del oficialismo. Lo cierto es que ha quedado demostrado en el tiempo que históricamente estas acusaciones no tienen ningún tipo de asidero. Al menos no hemos encontrado ni un solo argumento, incluida la “historiografía de los vencedores”, que dé cuenta de ello.

Como ya hemos señalado, el propósito de la **estrategia es desviar la atención de otras formas interpretativas y analíticas posibles, más completas y equilibradas** respecto del mismo evento electoral. Como, por ejemplo, aquella que señala que el Gobierno, tan solo a medio año de haber asumido el mando de la nación, aumentó la votación en 14,23%, del 36,63% que obtuvo en las presidenciales de septiembre de 1970 al 50,86%, obtenido en estas municipales de abril de 1971; mientras que por su parte la Oposición baja del 63,37%, obtenido en las señaladas presidenciales, a ese 49,14% de las municipales, o sea en idéntico porcentaje (14,23%). Una lectura de un resultado que, más allá del acostumbrado sesgo y de la libre interpretación de los datos que señala, según el prisma con que se mire al vaso medio vacío o medio lleno, aparece como demasiado rotunda y significativa como para ser soslayada e invisibilizada en una entrega periodística de calidad, como la pretendida por este medio de comunicación. Se trata, en definitiva, de la estrategia de **enfaticar/desenfaticar discursivamente, en este caso, mis/sus resultados** (Van Dijk, 2009: 362).

Figura 22. *El Mercurio*, Abril 6, 1971. Portada.

Publicado en Valparaíso el 12 de Abril, 1971
Año CVII - Nº 48.742 (M. C. B.)

EL MERCURIO

Santiago de Chile, Martes 6 de Abril de 1971

Publicado en Valparaíso el 12 de Abril, 1971
Año CVII - Nº 48.742 (M. C. B.)

Visos y coetras en el hall del Palacio de la Trilación de Justicia. Personal municipal lleva ayer informes sobre el proceso de la elección.

Presidente Allende Analizó Resultado de la Elección

El Presidente de la República, Salvador Allende, analizó ayer el resultado de la elección presidencial. La reunión tuvo por objeto evaluar el desempeño de los candidatos de la Unidad Popular y la oposición, así como la correspondiente estrategia política del gobierno.

En la sesión, el mandatario destacó el triunfo de la Unidad Popular y la importancia de la victoria para el desarrollo del país.

El Presidente Salvador Allende en su conferencia de prensa de ayer, en la que analizó los resultados de los comicios de la elección presidencial.

Reacciones Frente a los Resultados

Los resultados obtenidos ayer por los partidos políticos de la Unidad Popular y la oposición, así como la correspondiente estrategia política del gobierno.

La victoria de la Unidad Popular es un triunfo histórico para Chile, que marca el inicio de una nueva etapa en la historia del país.

RESULTADOS FINALES

Gobierno

PARTIDO SOCIALISTA	631.939	22,38%
PARTIDO COMUNISTA	479.206	16,97%
PARTIDO U. SOCIALISTA POPULAR	29.123	1,03%
SOCIAL DEMOCRACIA	38.067	1,35%
PARTIDO RADICAL	225.851	8,00%
TOTAL DE VOTOS	1.404.186	49,73%

Oposición

DEMOCRACIA CRISTIANA	723.623	25,82%
PADENA	13.435	0,48%
PARTIDO NACIONAL	511.669	18,12%
DEMOCRACIA RADICAL	108.192	3,83%
TOTAL DE VOTOS	1.356.919	48,05%

Votos Emitidos y Que No Fueron Considerados en la Distribución Proporcional

INDEPENDIENTES	23.907	0,85%
BLANCOS	16.370	0,58%
NULOS	22.402	0,79%
TOTAL INSCRITOS	3.792.682	
VOTOS EMITIDOS	2.823.784	25,55%

Los Regidores De Santiago

Cuatro socialistas, cuatro demócrata-cristianos, tres nacionalistas, dos comunistas, un radical y un radical demócrata conforman la nueva Municipalidad de Santiago, según la información oficial entregada ayer por el Ministerio del Interior.

La primera mayoría la obtuvo Carmen Frei Ruiz-Tagle, demócrata-cristiana; seguida por el presidente del Partido Nacional, Sergio Onofre Jarpa; la socialista Fátima Allende y el radical demócrata Rafael Otero Echeverría.

Los siguientes son los nuevos regidores miembros de la Municipalidad de Santiago:

- 1.- FIDELMA ALLENDE MIRANDA, 31.061 socialista
- 2.- RAMÓN SILVA NEGRETTE, 4.368 socialista
- 3.- JORGE SEYMOUR MARDONES, 4.038 socialista
- 4.- FRANCISCO GÓMEZ GÓMEZ, 14.079 socialista
- 5.- MANUEL FERNÁNDEZ OJAZ, 10.657 demócrata-cristiano
- 6.- JORGE LEIVA CABANILLAS, 7.634 demócrata-cristiano
- 7.- RUBÉN ESCOBAR RUIZ, 3.137 demócrata-cristiano
- 8.- CARMEN FREI RUIZ-TAGLE, 59.096 demócrata-cristiano
- 9.- CARLOS CERDA BUSTAMANTE, 15.352 comunista
- 10.- LUCÍA CHACÓN SILVA, 5.358 radical
- 11.- VOLTARINE LOIS PERALES, 58.934 nacional
- 12.- SERGIO Q. JARPA REYES, 1.431 nacional
- 13.- EDUARDO ERRAZURIZ CARAS, 2.453 nacional
- 14.- PEDRO CANO POZO, 14.572 demócrata-radical
- 15.- RAFAEL OTERO ECHEVERRÍA, 14.572 demócrata-radical

Cuadro oficial que contempla sólo votos por partidos y omite los votos de independientes, blancos y nulos:

Unidad Popular		
SOCIALISTA	631.939 votos	22,38%
COMUNISTA	479.206	16,97%
UNION SOCIALISTA POPULAR	29.123	1,03%
SOCIAL DEMOCRATA	38.067	1,35%
RADICAL	225.851	8,18%
TOTAL DE VOTOS	1.404.186	Porcentaje: 50,86%
Oposición		
PTDO. DEMOCRATA CRISTIANO	723.623 votos	26,21%
DEMOCRATICO NACIONAL	13.435	0,49%
" NACIONAL	511.669	18,53%
DEMOCRACIA RADICAL	108.192	3,91%
TOTAL DE VOTOS	1.356.919	Porcentaje: 49,14%

Los votos de los independientes y no considerados en la distribución proporcional son: 23.907 independientes, 16.370 blancos y 22.402 nulos. Estos votos no se cuentan para la distribución proporcional, pero sí para el cómputo total de votos emitidos.

Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

En el ejemplo contenido en la figura 22 también tenemos **la plena coincidencia con la estrategia de la desinformación**, en el sentido de que no se trata, como ya hemos visto en el marco teórico, únicamente de recurrir a la burda **mentira**, sino que de algo bastante más elaborado y relativo al *encuadre* noticioso. Se trata, en lo que respecta a la prensa escrita, de una cuestión de encuadre más que de *mentira/falsedad*, de torcer más que de violar la verdad obtenida a través de una determinada retórica del empaquetamiento noticioso, esto es, de una cuestión relativa a la extensión, la ubicación (primera plana o entierro en el interior, principal o último artículo), el tono de la presentación (actitud abierta o despectiva), los titulares y fotografías de los contenidos, en lo que respecta a la prensa escrita (Parenti, 2008).

En esta misma edición del día 6 de abril de 1970, además, *El Mercurio* editorializa, desviándose directamente del tema electoral, cargando las tintas contra los medios afines al gobierno de la UP y en particular contra el CEREN¹⁵⁷, una de cuyas figuras era Armand Mattelart. Para referirnos a ello citamos a continuación algunos párrafos que nos ayudarán a aclarar aún más la descripción de su estrategia manipulativa en curso:

La Unidad Popular se propuso dar forma de campaña nacional a los ataques, hasta ahora aislados, que vienen dirigiendo en contra de la prensa que no tiene su exclusiva militancia política.

Su propósito germinó hace casi cinco años en la mente de algunos sociólogos extranjeros, contratados para trabajar con líderes políticos de ultraizquierda, tras el objetivo de desacreditar con informes pseudo científicos a aquellos órganos de prensa que estimaban como obstáculos para acelerar la revolución en Chile. Varias publicaciones se han editado bajo el sello de "CEREN", todas con análisis retorcidos del material que aparece en *El Mercurio*, y cuadros de apariencia estadística para auxiliar sus conclusiones. Los propósitos de estos investigadores han sido y continúan siendo el desplazamiento de los órganos de opinión pública que no obedecen a sus planes políticos (...)

Ahora la campaña desborda el marco de los folletos y de la cátedra, para buscar apoyo en el periodismo regimentado políticamente, al cual se llama a un Congreso (...)

¹⁵⁷Centro de Estudios de la Realidad Nacional CEREN, de la Pontificia Universidad Católica de Chile, fundado en 1968 y dirigido por Jacques Chonchol, intelectual y académico dirigente del MAPU (Movimiento de Acción Popular Unitario, partido reformista escindido en 1968 de la Democracia Cristiana, que en 1969 formó parte de la UP), y que más tarde fuera Ministro de Agricultura del Presidente Allende. Este centro publicaba *Cuadernos de la Realidad Nacional*, que contenían los primeros estudios sobre la ideología en la prensa liberal (Mattelart, Mattelart y Multigner, 2000).

El mentor de este Congreso será el sociólogo señor Armand Mattelart, uno de los cerebros del CEREN (...)

Por anticipo se sabe que estos congresales de la Unidad Popular Periodística pertenecen en su mayor parte a los medios informativos políticos y oficiales que están dando el más elocuente ejemplo de falta de libertad en su tarea, de desprecio por todas las consideraciones humanas propias de las profesión y de acatamiento sin debate a las orientaciones que reciben de las agrupaciones políticas de las cuales dependen (...)

Es este conglomerado el que elabora conclusiones condenatorias en contra de la labor noticiosa de nuestro diario, a la luz de los estudios del señor Mattelart, quien declaró que no ha tenido tiempo para elaborar el segundo informe, sobre la labor editorial de *El Mercurio*.

Se invitará al Presidente de la República para que exponga ante la Asamblea lo que como gobernante estima que debe ser la función de la prensa. Si el Excmo. señor Allende, dirigiéndose a los medios informativos, ha propuesto una “Operación Verdad”, el país puede esperar que ella no se convierta en una amenaza para los periodistas¹⁵⁸.

Efectivamente, el editorial de este día, desviándose totalmente de los contenidos de la portada, se centra en el tema de la libertad de prensa e información periodística, en torno a lo cual este medio protagonizó un intenso debate con el gobierno, al cual acusaba por los ataques, principalmente, recibidos debido a sus “excesos” informativos, de intentar acabar con la libertad de expresión. En este sentido es pertinente recordar las palabras ya citadas anteriormente de uno de los responsables directos de la línea editorial de este medio, Arturo Fontaine Aldunate:

Allende fue en ese sentido un gobernante muy democrático, hay que reconocerle (...) yo tenía una columnilla –que se firmaba “Clek”– que era muy agresiva con él. Él pataleaba, contestaba, hacía cualquier cosa pero respetaba la libertad de prensa. Con lo que nosotros pudimos hacer toda nuestra campaña (Agüero, 2008).

Igualmente, pudiéramos agregar algunos comentarios a los ya manifestados con respecto a este ejemplo y pese a lo evidente de su contenido. Lo primero que destaca es la **estrategia manipulativa de desacreditación de la izquierda** con evidentes rasgos discriminatorios y hasta xenófobos, materializados en la desacreditación a los intelectuales de izquierda –que por entonces trabajaban en Chile–, a los que califica y estigmatiza despectivamente como “**algunos sociólogos extranjeros contratados para trabajar con líderes políticos de ultraizquierda**” y a sus obras como “**informes pseudo científicos**”. De más está referirse a la importancia que ha revestido en el

¹⁵⁸ *El Mercurio* (Abril 6, 1971). “Ofensiva Contra la Profesión Periodística”. Editorial. Página 3.

tiempo toda esa denostada producción intelectual. Muchos de estos intelectuales “progresistas” se habían instalado en Chile desde antes del gobierno de la UP, atraídos por el desarrollo cultural, universitario e investigativo, o en algunos casos se trata de talentos exiliados. Estamos hablando de gente, al margen de Armand Mattelart y mujer Michelle (que vivieron en Chile entre 1962 y 1973), de la talla de Manuel Castells, Alain Touraine, Vicenç Navarro, por mencionar a algunos de los más destacados científicos sociales interpelados y que vivieron y trabajaron por unos años en el Chile de la UP.

Pero al mismo tiempo, presumiendo de “gran prensa” en sintonía con los medios de referencia mundial, como *The Times*, *The New York Times*, etcétera (Sunkel, 1986: 101), *El Mercurio* hace gala de la objetividad e “independencia” informativa frente a la reasignada subjetividad periodística de los Otros, con su prensa militante y comprometida, mediante la estrategia de la **auto-presentación positiva y negativa presentación de los Otros**. A los cuales caracteriza negativamente atribuyéndole el carácter de prensa sesgada y militante contraria a la libertad de ejercicio y buenas prácticas profesionales. Para terminar con la **estrategia del miedo/terror**, cuando se refiere a la Operación Verdad, una estrategia gubernamental que estuvo, precisamente, destinada a romper el cerco desinformativo tendido sobre la realidad chilena por el propio diario *El Mercurio*, sus socios y patrocinadores, asimilándola a una (supuesta) amenaza contra la libertad de prensa e información y el ejercicio profesional del periodismo. Así aparece en la parte final de la citada editorial: “**Si el Excmo. señor Allende, dirigiéndose a los medios informativos, ha propuesto una ‘Operación Verdad’, el país puede esperar que ella no se convierta en una amenaza para los periodistas...**”.

La manipulación y el abuso de poder, entonces, radica en el hecho de que pretende hacer creer a los chilenos, haciendo gala de sus dotes y atributos de “prensa seria”, que promueve la libertad de expresión e información y que está, mediante el “libre” ejercicio del periodismo (no olvidemos que está al servicio de un plan financiado fundamentalmente por la CIA), defendiendo el derecho de los ciudadanos a estar “debidamente” informados. En circunstancias en que lo que en realidad está defendiendo y disfrazando de fines nobles, por un lado, puntualmente en este tema, son los intereses de algunos grupos monopólicos en riesgo de estatización, como es el caso de La Papelera; y, por otro lado, los serios problemas financieros (en parte derivados de

las restricciones publicitarias impuestas por el gobierno) y tributarios pendientes que tiene con el Estado de Chile (Mattelart, 1971).

Todo ello lo disfraza de la lucha por la libertad de expresión. Mattelart nos recuerda, citando a Lenin, que la libertad de expresión no es otra cosa que la libertad de la propiedad, por lo que medios de comunicación (liberales) han de ser funcionales, precisamente, a los intereses de los dueños de los medios de producción (1971: 14). Por lo que “la libertad de prensa pertenece al registro del *principismo* burgués. La burguesía misma es incapaz de ponerlo en práctica en toda su extensión y acepta tanto la censura oficial como la autocensura, cuando sus intereses están amenazados (leyes de censura de Uruguay, de Brasil... Frente a la amenaza comunista, burguesías iluministas y dictaduras militares recobran el unísono)” (Mattelart, 1971: 14).

La portada que citamos a continuación, del 14 de septiembre de 1971, expresa de modo bastante contundente, en nuestra opinión, el frontal y enconado combate que está llevando a cabo *El Mercurio* contra el gobierno en el tema periodístico, lo cual queda reflejado en la inserción de una declaración suya, firmada “**EL Mercurio**” S.A.P., en destacado con letras de cuerpo grande y mayúsculas en centro de la portada, en donde señala: “**EL MERCURIO DENUNCIA**”. Acá, haciendo gala de su supuesta independencia política (“**la independencia de *El Mercurio* con respecto a directivas políticas y grupos que pudieran actuar en el plano de la ilegalidad**”), acusa directamente al Gobierno de orquestar una campaña en su contra, “**para asediar y posteriormente derrumbar una empresa periodística**”.

Lo que motivó esta reacción de la dirección del diario y que le llevó al extremo de ventilar un conflicto interno con sus trabajadores mediante un inserto en portada, fue que el Gobierno le acusó de estar formando parte activa de un complot político que comprometía seriamente el orden institucional y, puntualmente, debido al estallido de un conflicto gremial con trabajadores que simpatizaban con la izquierda y que denunciaron sus maniobras contra el gobierno (Durán, 2003). Ante lo cual *El Mercurio* les sancionó y expidió, acusándoles directamente de haber infiltrado al diario y formado un comité al estilo de los “**que funcionan en las industrias e instituciones públicas y privadas**”, como señala en la referida editorial.

Figura 23. El Mercurio, Septiembre 14, 1971. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

Figura 24. *El Mercurio*, Diciembre 23, 1971. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

La portada del 23 de diciembre de 1973 (figura 24) es otro ejemplo de la enconada querrela pública que protagonizó *El Mercurio* contra el gobierno. En el formato inserto, característico de este medio para este pleito, en el centro de página se advierte respecto de “**Nuevas Amenazas contra ‘El Mercurio’**”, en circunstancias que lo que está denunciando, y que señala expresamente en el contenido, es que una resolución de la Comisión Política del Partido Socialista (PS), el principal partido de gobierno, recomienda a la Unidad Popular, la coalición de gobierno, presentar una querrela criminal contra este medio por fraudes fiscales. Allí señala:

En su declaración la Comisión Política del Partido Socialista insta a la Unidad Popular a entablar querrela criminal a nuestra Empresa por fraudes tributarios y, por su parte, el senador Altamirano pretende envolver nuestra responsabilidad en una estafa supuestamente cometida por un Banco.

En este pasaje de la referida portada se hace referencia al descubrimiento de fraude fiscal detectado por inspectores de DIRINCO¹⁵⁹ en los libros contables del diario y de un enorme fraude cometido por el Banco A. Edwards, uno de los activos estratégicos del Clan Edwards, a lo cual hemos hecho referencia en pasajes anteriores de esta investigación, cuando hemos citado al propio Presidente Allende haciendo referencia al tema en una exclusiva entrevista concedida al desaparecido documentalista estadounidense Saul Landau (1971).

Presumiblemente, ambos hechos motivaron la rápida salida del país del dueño del diario a los pocos días de asumido el gobierno de la Unidad Popular, para no volver sino hasta después del golpe de Estado (Salazar, 2010). No obstante, hoy sabemos, además, que pudo haber sido llamado a informar por el gobierno de Estados Unidos, en su calidad de “agente de influencia” de la CIA, respecto de la situación política de Chile a raíz del triunfo de Allende y a barajar un plan para evitar que asumiera el mando efectivo de la nación o para derrocarlo si resultaba investido (Devine, 2014).

Ahora bien, la manipulación en este caso, básicamente, recurre a las mismas estrategias sensacionalistas de exageración y desincentivación de ciertos contenidos y aspectos de la información, que ya hemos visto anteriormente. Se trata principalmente de desviar la atención con recursos mnemotécnicos, atajos y conclusiones rápidas

¹⁵⁹Dirección de Industria y Comercio, por entonces era un organismo fiscalizador dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que dentro de sus facultades, al margen de la labor fiscalizadora, podía emitir juicios y dictámenes técnicos. Sernac. Historia del Sernac: Consolidación: La SAP y la DIRINCO. <http://www.sernac.cl/acerca/historia/> Consultado el 23/08/2014.

(**“Nuevas Amenazas contra ‘El Mercurio’**”) que están en función de invisibilizar otros aspectos relevantes de la información, la estrategia de desincentivar/incentivar los aspectos negativos propios/de ellos y de culpar al inocente. Por otro lado, manipula desinformando, en el sentido del ocultamiento de parcelas importantes de la realidad, concretamente cuando se refiere a que **“por parte del senador Altamirano pretende envolver nuestra responsabilidad en una estafa supuestamente cometida por un Banco”**, dado que el banco en cuestión no es cualquier banco, es el Banco A. Edwards. Está ocultando, como ha quedado demostrado históricamente y el propio presidente Allende se encargó de reafirmar (Landau, 1971).

Un fraude fiscal en toda regla cometido por el diario *El Mercurio* y una estafa cometida por el Banco eje del “Clan Edwards”, ambos activos propiedad del patriarca de la familia Edwards, Agustín Edwards. Parece claro, al calor de esta información obtenida, que las “amenazas” no parecen tales y la actitud del diario muy lejos de una lucha por la libertad de expresión. Es evidente que, al igual que en otros de los ejemplos que hemos examinado, la manipulación, en este caso, se consuma por la vía del total (des)conocimiento o ausencia de conocimiento por parte de los lectores de la verdad de los hechos, de modo tal que les sitúa en la condición de víctimas. “Esto significa que de algún modo deben ser caracterizados como carentes de los recursos fundamentales para resistir, detectar o evitar la manipulación” (Van Dijk, 2009: 372). Lo cual constituye un *criterio contextual* fundamental de la consumación del engaño.

Ahora bien, ya hemos visto, siguiendo el guión ACD propuesto por Van Dijk, que “los procesos cognitivos (...) suponen que la MLP no solo almacena experiencias personales subjetivamente interpretadas como ‘modelos mentales’, sino también creencias socialmente compartidas más generales, permanentes y estables, a veces denominadas ‘representaciones sociales’” (2009: 364); por lo que en la estrategia discursiva de *El Mercurio* también se advierten rasgos evidentes de estrategias que apelan al nivel episódico, basadas, precisamente, en la memoria de largo plazo (MLP). Básicamente, en este caso **apuntan a nivel ideológico (*modelos contextuales*), por ejemplo con el tema de la defensa a ultranza que hace disfrazadamente –como defensa de la libertad– del capitalismo y el tema del maccarthysta “terror rojo” (marxismo), (re)significado en la destrucción de la democracia, la pérdida de la libertad y los valores de la sociedad occidental, tales como la propiedad privada, la familia, la libertad de expresión, etcétera.**

Todo lo cual fue asimilado linealmente a la izquierda, el gobierno y la figura del propio Presidente Allende. En este sentido nos parecen reveladoras las palabras del dueño de *El Mercurio*, Agustín Edwards, en la entrevista que hemos citado anteriormente, cuando señala que ellos tuvieron que defenderse y defender los valores sociales amenazados por el gobierno de Allende, como el Estado de Derecho, la democracia y la libertad económica (Arrate e Hidalgo, 1989). En efecto, *El Mercurio* buscó activar, como era de suponer, aquellos *modelos mentales* más profundamente arraigados en el imaginario de amplios sectores de una sociedad como la chilena, mayoritariamente católica, conservadora, amante del orden, la paz y la tranquilidad y el bienestar material, en definitiva del *statu quo*. Especialmente, si tenemos en cuenta el imaginario (burgués) construido en torno de las élites sociales chilenas (aristocracia castellano-vasca) (Edwards y Góngora, 2005), en definitiva, los sectores más pudientes y medios. No olvidemos que uno de los objetivos de toda estrategia discursiva, a este nivel, **es manejar e influir en las actitudes de grandes grupos sociales** (Van Dijk, 2009).

Para tal fin, empleó una de las **estrategias más usuales en estos casos, la de la generalización**, “que consiste en que un ejemplo concreto específico que ha impactado en los modelos mentales de la gente se generaliza a conocimientos y actitudes o, incluso, a ideologías fundamentales” (Van Dijk, 2009: 365). En este sentido *El Mercurio* diríamos que se anticipó a la manipulación que hizo Estados Unidos a nivel global con el tema del terrorismo (islamista) luego del primer 11/S, en donde los modelos mentales fuertemente arraigados en la gente respecto de estos hechos son trasladados y equiparados linealmente a “temores, actitudes e ideologías más generales acerca del terrorismo y temas relacionados” (Van Dijk, 2009: 365). Efectivamente, el discurso criminalizador del islam forma parte del establecimiento de los consensos a través de los discursos legitimadores del imperialismo estadounidense (Vanaik, 2010).

En *El Mercurio* ya se advierte en parte el sesgo de corte islamofóbico, especialmente en lo que respecta a noticias internacionales, como podemos apreciar en los anteriores análisis (cuantitativos) de caracterización de la muestra. No obstante, uno de los modelos mentales que se encarga de activar con relativo éxito y de trasladarlo a un nivel más profundo e ideológico, al igual que como hace con el mencionado maccarthysta “terror rojo” o el miedo anticomunista, es el rechazo y el miedo casi visceral de toda

sociedad, especialmente la chilena de entonces, amante del *status quo*, al caos, la violencia y el desorden (Edwards y Góngora, 2005).

Es curioso que, en la serie de entrevistas cualificadas realizadas con motivo de esta investigación (citadas en el apartado metodológico), sean muchos los testimonios que refuerzan esta idea. Hay una sensación autocrítica y de *mea culpa* en casi todos los entrevistados “que las cosas fueron demasiado lejos”, “que se les escaparon de las manos”, o sea, el caos. Especialmente de ahí deviene la tesis de la inevitabilidad del golpe de Estado tan arraigada en ambos sectores en pugna. Al margen de lo cual, es evidente que tanto *El Mercurio* como el resto de los medios de ambos lados en conflicto jugaron un rol clave (Dooner, 1989; Bernedo y Porath, 2003 - 2004).

Figura 25. *El Mercurio*, Octubre 20, 1972. Portada.



En la portada recogida en la figura 25 la retórica de la imagen está llevada a un nivel de hipérbole. Es la imagen de una ciudad ocupada, una ciudad en estado de guerra y un Estado militarizado y represivo, que muestra en destacado y al centro la fotografía de un soldado armado de fusil de guerra y máscara antigases, reforzada por otras tres noticias en donde aparece una escena de represión policial a manifestantes bancarios en huelga, un vistoso titular de otra que señala al gobierno como exclusivo responsable de la situación por la que atraviesa el país y que corresponde a la declaración de la llamada Confederación de Partidos Democráticos, una fuente más, y una última noticia que habla del ingreso en prisión de dirigentes del Comercio opositores al gobierno.

Todo ello por la vía de la **estrategia de conclusiones rápidas y fáciles (atajos) en lugar de un análisis más profundo y contrastado, propio de una información más completa y equilibrada**. Es indudable que el encuadre que se formula es francamente sensacionalista. Un efecto esperado de las acciones del plan de sabotaje puesto en marcha y que en este caso corresponde al paro del transporte y el comercio, dos de las acciones concertadas que se realizaban con dicho propósito, con el fin de promover la atmósfera de caos, violencia y desorden, y *El Mercurio* operando como caja de resonancia. Una vez más vemos que este es el modelo mental que se pone en juego. En este tema, precisamente, siguiendo a Mattelart (1971), tenemos que él identifica tres grandes líneas del contenido (periodístico) de la ofensiva ideológica de *El Mercurio*, a saber, la *creación de una imagen de caos*, la *creación y consolidación de una clientela de apoyo* (lo que hizo con sus colegas de la SIP en su lucha por la defensa de la libertad de expresión) y la *gestión desintegradora de la organización de sus adversarios* (intromisión de bazas o cuñas en las organizaciones de izquierda y entre los partidarios del gobierno).

En el área económica, en el área de las relaciones exteriores, en el área de los conflictos sociales, se trata de difundir la imagen de un gobierno rebasado por los acontecimientos y los problemas concretos y que al mismo tiempo está obligado a rebasar (ineficiencia de las medidas de gobierno) la legalidad que heredara, a la que se presenta como garantía del status de todos los sectores de la vida chilena. El carácter de esta ofensiva es polivalente, y prepara el clima tanto para los intentos de sedición como para la oposición parlamentaria. En cuanto al terrorismo, adelanta la posibilidad de su existencia, introduciéndolo como un factor revulsivo permanente (Mattelart, 1971: 14).

Figura 26. *El Mercurio*, Diciembre 3, 1971. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

Otro tanto representa el ejemplo que aparece en la figura 26, en donde queda perfectamente retratada la atmósfera de caos y violencia.

Es preciso destacar, además, que aquí está presente la **estrategia de desprestigiar al Otro, asignándole las cuestiones y actitudes negativas**, y directa y exclusivamente al gobierno, asimilándolo al caos y responsabilizándolo de todo; cumpliendo con todo ello con la aplicación de uno de los contenidos fundamentales de la pauta desinformativa: **La estrategia de culpar y criminalizar al “inocente”**. También, es preciso destacar que mediante el expediente de los firmantes de la declaración de una de las noticias destacadas, la Confederación de Partidos Democráticos, se está enfatizando la **dicotomía (bipolarizada) del nosotros/ellos, democráticos/antidemocráticos (marxistas, gobiernistas)**. En este sentido, podríamos citar otro ejemplo que va en idéntica dirección, cuyo titular en letras grandes, negritas y mayúsculas señala: **“ESTA TARDE MARCHA LA DEMOCRACIA”** (figura 27). Donde la estrategia manipulativa, vía del recurso de la antropomorfización (de la democracia) consiste precisamente en tensar la extrema polarización **Nosotros/Ellos, Demócratas/Anti demócratas**. Un tipo de estrategia, aunque maniquea, aparece dotada de un fuerte impacto en los modelos mentales.

Figura 27. *El Mercurio*, Abril 12, 1972. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

El editorial del 20 de octubre de 1972, por su parte, se articula en relación a la advertencia de sanciones por parte del Gobierno contra capitales y empresarios involucrados en acciones de desestabilización promovidas a través de la paralización del comercio y el transporte, destinadas a sembrar el desconcierto y el caos en la ciudad de Santiago de Chile. Y aprovecha para cargar las tintas, en una actitud abiertamente xenófoba, contra los intelectuales extranjeros de izquierda, a los cuales criminaliza como terroristas, y acusando al gobierno, de paso, de doble rasero en el trato con los extranjeros:

La amenaza de “poner en la frontera” a los comerciantes o transportistas extranjeros. Las amenazas son discriminatorias porque el actual Gobierno ha tenido actitudes muy distintas hacia numerosos extranjeros que habiéndose asilado en Chile, han participado no sólo en actividades políticas sino también en agitación extremista e incluso acciones terroristas (...).

Las amenazas son inhumanas porque violan la Declaración Universal de los Derechos del Hombre (...) y que en términos muy similares a los de la Constitución Chilena, prohíbe la discriminación por razones de nacionalidad en lo relativo a las garantías fundamentales del individuo¹⁶⁰.

El carácter abierta y ostensiblemente contradictorio del contenido de este editorial, en realidad, habla por sí mismo y a ratos, más aun, como en muchos otros pasajes de la discursividad mercurial, parece, apelando a un enfoque psicolingüístico, estar expresando en sus *actos de habla* su propio imaginario o el subconsciente freudiano. Porque resulta evidente que la advertencia o amenaza del gobierno a los extranjeros que están abiertamente formando parte del sabotaje al gobierno no es homologable a la legítima actividad intelectual y política que están ejerciendo muchos de ellos, siendo (los “extranjeros”) tildados y estigmatizados sin ningún tipo de ambages de haber participado en acciones “terroristas”. Lo censurado, históricamente, por el gobierno no fue el involucramiento en actividades políticas por parte de ciudadanos originarios de otros países, sino las actividades abiertamente reñidas con la ley en las cuales incurrieron muchos de ellos (Mattelart, Mattelart y Multigner, 2000).

La manipulación y el abuso de poder radican, en concreto, en el hecho de que *El Mercurio* pretende hacer creer a la gente en todo momento que está luchando por la tranquilidad y el bienestar material, los derechos fundamentales, la libertad y la democracia de la sociedad chilena seriamente amenazada por un gobierno marxista (con

¹⁶⁰ *El Mercurio* (Octubre 20, 1972). “Extranjeros en el Comercio y en la Política”. Editorial. Página 3.

ideas pro soviéticas y pro cubanas) que promueve la *violencia* y el *caos* (y la *destrucción*). En circunstancias en que hoy podemos afirmar, luego de toda la información de que disponemos, que todo parece indicar que lo que está realmente en juego y defendiendo en ese aciago momento –como señala Garretón (Agüero, 2008)– como buen diario oligarca vinculado a la banca y a los sectores expresados en la derecha política, cuestión que queda demostrada en la defensa que hace de La Papelera, y antes con los intereses de las mineras estadounidenses, son los intereses económicos del sector que representa, efectivamente amenazados por el conjunto de reformas promovidas por la administración Allende.

Pascual Serrano, en *Traficantes de la información* (2010), habla de estructuras informativas transformadas en apéndices de estructuras empresariales a las cuales sirven (Serrano, 2010: 29) y señala, en relación a la actual situación de los medios españoles, de la cual *El Mercurio* es un perfecto antecedente o todo un adelantado. No por nada Naomi Klein, en una de las tesis centrales de *Doctrina del Shock* (2007), ha señalado que Chile fue un laboratorio de experimentación de una (contra)reforma capitalista que puso en marcha en el mundo la ola de privatización y desregulación de la *era reganeano-thatcherista* de los 80 y 90, que “basta observar quiénes están detrás para llegar a una conclusión evidente, solo puede haber una línea ideológica: la de la defensa del mercado y el silenciamiento o ataque a cualquier ideología que defienda cambios en las estructuras económicas dominantes” (Serrano, 2010: 23).

No olvidemos, además, que *El Mercurio* se encuentra decidida y firmemente involucrada y comprometida, como podemos advertir luego de los informes del Senado estadounidense y de todo el abundante material desclasificado existente hasta la fecha, en un plan (sedicioso) de intervención y desestabilización de la democracia chilena y del gobierno de turno: Covert Action, que implicó, como hemos visto, el desarrollo de un variopinto programa de actividades propagandístico-desinformativas de sabotaje y terrorismo (Informe Church, 1975), hasta entonces desconocido en Chile y en gran parte del mundo (Kissinger, 1975).

Figura 28. *El Mercurio*, Septiembre 14, 1971. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

En la portada de la figura 28 se informa centralmente de una masiva concentración del gobierno y sus partidarios en repudio al embargo obtenido en Francia del pago de una partida de cobre al gobierno, por parte de una de las empresas estadounidenses expropiadas por el gobierno, la Kennecott Copper Corporation, expropiataria del mineral de El Teniente, una de las empresas de la gran minería del cobre y cuyos sindicatos de trabajadores estuvieron en franca oposición al gobierno de Allende. El artículo señala que el presidente anunció **“la creación de un estanco para monopolizar el comercio y la exportación del cobre chileno”**. Acá, junto con dejar en evidencia cuáles son realmente los intereses que este diario defiende, la manipulación opera en concreto a nivel léxico a través del empleo de la isotopía fuertemente estigmatizada en la época, a saber, “monopolio”.

Ello gracias a la lucha en que se enfrascó el gobierno, precisamente, contra los grupos monopólicos económicos y financieros del país. De tal modo que, para efectos del imaginario satanizado construido en torno de este concepto aparece el gobierno paradójicamente creando un “monopolio”, en circunstancias en que lo anunciado en el acto de desagravio por el Presidente de la República corresponde a la creación de la infraestructura administrativo-política estatal imprescindible para llevar el proceso de comercialización de una riqueza estratégica básica de un país que fue fruto de un largo proceso que se había iniciado un par de décadas antes (Caputo y Galarce, 2008; Lagos, 2011).

El hecho es que se había nacionalizado recientemente, mediante un histórico acuerdo de unanimidad de todas las fuerzas políticas en el Congreso Pleno (Novoa, 1972), y ya era el momento de poner en práctica ciertas estructuras estatales imprescindibles para gestionar el metal rojo. Con lo que indirectamente, *El Mercurio*, a través de este contundente expediente lexicográfico, se pone claramente en defensa de intereses económicos privados y extranjeros (de los poderosos), que no así de los intereses nacionales, que aparecen mediante este sonado recurso estigmatizados. Cabe destacar que en la noticia se destaca, inclusive, la presencia en dicho acto unitario de personeros demócratacristianos –ajenos a la coalición izquierdista de gobierno– y otros parlamentarios junto a jefes de las tres ramas de las FFAA, así como de la Central Única de Trabajadores (CUT), ministros, subsecretarios y otros jefes de servicio del Gobierno.

Este contenido aparece reforzado, fundamentalmente, a partir de dos noticias centrales más, al margen de la referida a la defensa legal emprendida por el gobierno ante tribunales franceses con motivo del referido embargo, contrarias al gobierno. La primera se refiere al histórico encuentro (la XXVIII Asamblea) organizado por la SIP IAPA (Sociedad Interamericana de Prensa), organización que articulaba a los medios más influyentes del Latinoamérica, incluido *El Mercurio*, y de la cual el dueño de este medio de comunicación chileno fue su presidente durante ese periodo. En donde se destacan las supuestas presiones que enfrenta la prensa en esa parte del hemisferio.

La maniobra en este tema es clara y está en función del pulso que sostiene el diario *El Mercurio* contra el gobierno y que ha disfrazado como la lucha por la libertad de prensa (supuestamente) amenazada en Chile (macroestructura), por parte del gobierno (marxista, antidemocrático y dictatorial). Y se corresponde con la estrategia de conseguir “autorizados” apoyos internacionales (*fuentes de autoridad*), en este caso una organización que en los papeles aparece como representativa (de los medios de comunicación americanos) y neutral, totalmente ajena a los conflictos chilenos, para apoyar los argumentos de los actos de habla locales expresados mediante las acusaciones y alegaciones que en la materia venía formulando el referido medio de comunicación chileno.

Cerrando la entrega realizada con esta portada, tenemos la noticia que anuncia una manifestación (marcha por el centro de Santiago de Chile) de la oposición, que al margen del sesgo y de la importancia que se le asigna a la noticia como para editarla en portada, nos llama poderosamente la atención, principalmente, por el empleo que hace ciertamente enfatizado y abiertamente sensacionalista de ciertas figuras retóricas, precisamente, de enfatización si no de exageración: **“Una gigantesca movilización de masas realizarán hoy los sectores democráticos en la marcha de protesta que se efectuaráa las 18 horas hasta Alameda frente a la Universidad Católica”**.

Al margen del empleo del recurso de enfatización por la vía de la hipérbole, llama poderosamente la atención, por un lado, que está rotulando una manifestación *ex ante*, antes de que se lleve a cabo, de “gigantesca” y, por otro lado, el tono evidentemente panfletario del contenido, toda vez que aparece como un anuncio propagandístico de los convocantes de la marcha, en vez de una entrega periodística. Aparece dando todas las señas de la convocatoria, junto al uso de la expresión “sectores democráticos”. Un

recurso léxico-isotópico que, como hemos visto anteriormente, está en la lógica de la autopresentación positiva y reasignando las virtudes buenas/malas, pero fundamentalmente de enfatizar la polarización ideológica del Nosotros / Ellos, antes referida; y de (des)topicalizar ciertos significados como el de “demócratas”/antidemócratas.

Existen otros ejemplos en donde la portada de *El Mercurio*, pese a sus aires de gran prensa, fue empleada derechamente como un verdadero tablón o escaparate propagandístico para dar difusión a verdaderos panfletos, insertos y toda suerte de declaraciones políticas de la oposición, como la del “**MERCURIO DENUNCIA**” del martes 14 de septiembre de 1971.

Figura 29. *El Mercurio*, Junio 28, 1973. Portada.

Publicado en Valparaíso el 28 de Sept. 1973
Año XLVII - Nº 49.552 (M. C. E.)
PRIMER CUERPO

EL MERCURIO

Santiago de Chile, jueves 28 de Junio de 1973

Fundado en 1812, el 19 de Junio 1960
Año LXVII - Nº 28.358 (M. C. E.)
PRECIO: \$ 20,00
AEREO: \$ 25,00

General Prats Mezclado En un Grave Incidente

Un incidente se produjo en la zona de la Avenida Concha y a la altura de la Carretera Unión, cuando el Comandante en Jefe del Ejército, general Carlos Prats González, estuvo a bordo de un helicóptero que se estrelló contra un árbol, provocando la muerte de dos personas y la lesión de otras tres.

El general Prats, quien se encontraba en un helicóptero, se estrelló contra un árbol, provocando la muerte de dos personas y la lesión de otras tres.

El general Prats, quien se encontraba en un helicóptero, se estrelló contra un árbol, provocando la muerte de dos personas y la lesión de otras tres.

En Provincia de Santiago. Decretada Zona De Emergencia

El Gobierno decretó Zona de Emergencia para la provincia de Santiago.

El Subsecretario del Interior, Ismael Vergara, dijo que tal medida se tomó en el momento de la explosión de un helicóptero que se estrelló contra un árbol, provocando la muerte de dos personas y la lesión de otras tres.

El decreto mencionado dice que la zona de emergencia se declara para la provincia de Santiago, en el momento de la explosión de un helicóptero que se estrelló contra un árbol, provocando la muerte de dos personas y la lesión de otras tres.

PRIMERA VERSION

El helicóptero se estrelló contra un árbol, provocando la muerte de dos personas y la lesión de otras tres.

El helicóptero se estrelló contra un árbol, provocando la muerte de dos personas y la lesión de otras tres.



El general Carlos Prats González, Comandante en Jefe del Ejército, en los momentos que discute con varias de las personas que llegaron al lugar del accidente. Los hechos, ocurridos alrededor de las 11 horas, tuvieron consecuencias para centenares de automovilistas y transeúntes que en esos instantes se dirigían al centro de la ciudad. Esta fotografía fue captada por un vecino del sector.

Protesta Por Ataque A C. Suprema

Afectada por el incidente y por las bombas lacrimógenas disparadas por Carabineros, Alejandrina Cox relata a los periodistas la situación producida con el general Prats. Posteriormente fue conducida a la 1.ª Comandancia y prestó declaraciones. Este trámite solamente le pudo cumplir a las 20.30 horas.

Representantes de los partidos de oposición, encabezados por el senador Juan Pablo Rodríguez, se reunieron en la sede de la UPI en contra de la Corte Suprema y expresaron su adhesión a los hechos, en una reunión que se celebró en la sede de la UPI.



RENTAS EN DOLARES GANAN FUNCIONARIOS EN EL EXTRANJERO

Algunos sueldos en dólares ganan diversos funcionarios del actual Gobierno, según una experiencia de donde hebra surgió en el pasado por el senador DC Norberto Irujo. El parlamentario ha denunciado que algunos funcionarios que trabajan en el extranjero, donde están destacados y la renta es de dólares, ganan sueldos en dólares.

Algunos sueldos en dólares ganan diversos funcionarios del actual Gobierno, según una experiencia de donde hebra surgió en el pasado por el senador DC Norberto Irujo. El parlamentario ha denunciado que algunos funcionarios que trabajan en el extranjero, donde están destacados y la renta es de dólares, ganan sueldos en dólares.

Algunos sueldos en dólares ganan diversos funcionarios del actual Gobierno, según una experiencia de donde hebra surgió en el pasado por el senador DC Norberto Irujo. El parlamentario ha denunciado que algunos funcionarios que trabajan en el extranjero, donde están destacados y la renta es de dólares, ganan sueldos en dólares.

Nombre	En	Remuneración
Guillermo Anguita	Colombia	US\$ 1.911,50
David Jaime	México	1.613,00
Mario Silbermann	URSS	2.156,00
Edgardo Flato	Inglaterra	1.943,00
Hernán Knappés	R. P. China	1.943,00
Francisco Allende Llona	URSS	1.679,50
Sergio Lazerini	Polonia	1.629,50
Luis Hurtado Araya	Checoslovaquia	1.730,00
Alejandro Calquero M.	Hungría	1.630,00

(Más información sobre las denuncias de altos sueldos y el debate en el Senado, en página interior)

En Esta Edición:
OPINIONES Y CARTAS
REACTOS
SOCIAL: Página 8
INTERNACIONAL: Página 8
DEPORTES: Páginas 8 y 9
TURISMO: Página 8
DEPORTES: Página 18
CRÓNICA: Página 18, 20, 21, 22 y 23
CARTAS: Página 21 y 22
COMERCIO: Página 21 y 22

En la portada de la figura 29, que se centra en el serio incidente protagonizado por el general Prats, se advierte la presencia en destacado de un inserto de formato *flyer* en donde aparece un listado de los sueldos en dólares de funcionarios internacionales del gobierno, en circunstancias en que el dólar no solo era escaso sino que además existían serios problemas en la economía de la mayoría de los hogares chilenos.

Otra muestra ineludible que nos permite continuar la tarea de develar la estrategia manipulativa de *El Mercurio*, además de que constituye otro muy buen ejemplo de las dimensiones cognitivas y discursivas de la manipulación, es la portada y el editorial del día 5 de septiembre de 1970. Un día después de las elecciones presidenciales de 1970, la primera con la que se inicia la muestra analizada con motivo de este estudio (figura 30):



Esta portada efectivamente representa un ejemplo inmejorable respecto de cómo se da la manipulación, por ejemplo, en un sentido semiótico estricto mediante la composición de las imágenes y los textos (Van Dijk, 2009: 352). Al margen del contexto sociopolítico, que en esta portada es muy relevante, lo primero que quisiéramos hacer notar es cómo *El Mercurio* al otro día del triunfo de Salvador Allende, mediante **la estrategia de enfatizar y desenfatar contenidos, de entregar información sesgada e incompleta, mediante la estrategia de los atajos de conjeturas rápidas y fáciles** (MCP), de cierto manejo en el tratamiento de la imagen y los recursos tipográficos, pretende controlar a nivel macroestructural, básicamente, la comprensión de la idea de triunfo de Allende, desviando la atención hacia la idea de un triunfo transitorio/parcial de éste y/o la “reversibilidad” de los resultados electorales.

Una idea que persigue, en definitiva, la puesta en duda de la legitimidad del triunfo y del Gobierno de Salvador Allende y de la Unidad Popular, por el expediente de enfatizar el escaso margen alcanzado en el triunfo. Algo que corresponde a uno de los *modelos contextuales* fundamentales de la estrategia mercurial desarrollada a los largo de los tres años del gobierno popular. Ello, además, apela a unas de las *categorías de sentido* presentes en la primera parte de la estrategia de derribo del este gobierno por la vía de la destitución constitucional a través del control de los dos tercios del parlamento (UAH, 2013).

Esto queda claramente reflejado en el titular, destacado en letra de cuerpo mayor y negritas, que atrae “la atención y requiere más tiempo de procesamiento o recursos mnemónicos” (Van Dijk, 2009: 358): “**Estrecho Triunfo de Allende**”; seguido de una curiosa manera de presentar los cómputos finales, mediante un listado de ganador a perdedor de los tres candidatos, en donde el apellido del ganador (Allende) aparece identificado singularmente por la palabra “**Contra**” (“Votos Contra”). Una palabra que evidentemente no solo confunde (¿contra qué o quién?) sino que de suyo posee una connotación negativa (presentación negativa del Otro), con lo cual se busca ex profeso a nivel del imaginario del lector desconectarlo por la vía de eludir expresamente el apellido (Allende) de la idea de triunfo expresada en el número mayor de votos que aparecen en el encuadre visual. Ello, en abierto contraste con el tratamiento otorgado a los otros dos contendientes, que son presentados, como es lógico, con sus respectivos apellidos seguidos de los votos obtenidos.

El singular tratamiento de este contenido y la singular presentación de los cómputos se ven reforzados con una segunda noticia cuyo título señala: “**Faltan 300.000 Votos Por Escrutar Oficialmente**”. Un juego aritmético aparentemente inocente, pero que esconde, **mediante el recurso de las conclusiones rápidas y fáciles (atajos) y apelando a la MCP**, la estrategia de enfatizar el tópico de la reversibilidad de los resultados, generar la sensación de que existe la probabilidad de que los resultados puedan cambiar y que no está dicha la última palabra. Ello, pese a que las autoridades democratacristianas salientes, en un gesto claro de reconocimiento del legítimo triunfo allendista, habían autorizado finalmente, bien avanzada la madrugada del día 5 de septiembre, que la candidatura de Allende desarrollara un acto de celebración pública en las calles de Santiago de Chile; dado que a esas alturas la tendencia a favor de Allende era estimada como irreversible, como quedó confirmado en el recuento final que dio por ganador de las presidenciales de 1970 al candidato de la UP, Salvador Allende, con el 36,3% de los sufragios y por casi 40.000 votos de ventaja sobre su más estrecho contendor, el candidato derechista Jorge Alessandri (Martínez, 2009; Agnic, 2008; Amorós, 2013). Algo que los redactores del diario *El Mercurio* a esas alturas tenían más que claro.

Por lo demás, este *modelo contextual*, que se articuló en torno al tópico de la “ilegitimidad” del triunfo de Allende y de la “reversibilidad” de los resultados, se llevó a cabo mediante el ejercicio de la (des)información, entregando contenidos incompletos a costa de sacrificar una información de calidad (equilibrada, completa, desprejuiciada y relevante) (Van Dijk, 2009), que ameritaba el momento político de cara a la importancia ciudadana que adquiere una elección presidencial. Por ejemplo, no se dice nada respecto de que en Chile, dada sus particulares características políticas, nunca las diferencias o ventajas de las candidaturas vencedoras fueron mayores que los márgenes expresados en esta elección, con la excepción de las presidenciales de 1964, y por ello los gobiernos electos desde 1925 en adelante nunca contaron con amplias mayorías parlamentarias, salvo la referida excepción de la regla (UAH, 2013).

Prueba de ello es que a esas alturas de la historia de Chile se había instalado como una verdadera tradición republicana que el candidato que obtenía la primera mayoría debía inapelablemente ser ratificado por el Congreso Pleno como legítimo triunfador y designado *ipso facto* Presidente de la República, en un plazo no superior a cincuenta días, debido a que la Constitución de 1925 no contemplaba el mecanismo de la segunda

vuelta electoral para dirimir la mayoría relativa. Sin ir más lejos, por una diferencia menor, cerca de 32.000 votos, el mismo Jorge Alessandri venció a Salvador Allende en las presidenciales de 1958 (UAH, 2013). Un triunfo relativo que, inclusive, pese a que estuvo bajo serias sospechas de fraude, no impidió que el candidato derechista se convirtiera en Presidente de la República de manera inobjetable e inapelablemente, para el periodo 1958-1964 (Agnic, 2008; Amorós, 2013).

Al margen del manejo tipográfico que ya hemos comentado, en esta portada aparece un ostensible manejo manipulativo con las imágenes. Una simple mirada semiótica nos señala que la imagen del candidato derechista aparece con un tratamiento prioritario que lo pone de relieve (casi medio cuerpo), por tamaño y posición (ubicada en el margen izquierdo de la portada en el sentido de la lectura), respecto de la imagen del candidato izquierdista, que con un encuadre casi tipo busto es claramente más pequeña que la de su contendor¹⁶¹. Cerrando el cuadro compuesto por estas dos únicas imágenes de portada, aparece una consigna que pone de relieve la existencia de otro tópico fundamental –consecuente con el anterior– en función de la estructura de sentido puesta en juego: la existencia de una disputa abierta e inconclusa y de dos candidatos en carrera con idénticas posibilidades de triunfo.

Ello, quizá, por la razón más importante de todas y que le otorga el sentido global a la manipulación de los contenidos de esta página: el “Gambito” Frei¹⁶² en el marco del Project FUBERT y del Track I y Track II (Olivares, 1970; La Tercera Reportajes, 2002). Que, básicamente, como hemos visto con anterioridad, consistía en romper con la tradición republicana de ratificar en el Congreso Pleno a la primera mayoría. Esto es, puestos previamente de acuerdo los ejecutores del plan, los partidos de derecha (RN y PR) y la Democracia Cristiana (DC), se votaría a favor de Alessandri, quien una vez electo renunciaría al cargo provocando unas nuevas elecciones, las cuales ganaría el democristiano Eduardo Frei Montalva, como candidato único de la DC y la derecha. Por lo que la operación de desinformación de *El Mercurio* ocultaba esta profunda realidad. Todo lo cual es coherente con las –ya citadas– declaraciones que formuló a los medios de comunicación el 9 de septiembre de 1970 Jorge Alessandri, cuando señaló: “En caso de ser elegido por el Congreso Pleno, renunciaría al cargo, lo que daría lugar a una

¹⁶¹La portada original, a diferencia de la que presentamos acá, contenía las imágenes a todo color.

¹⁶² El Comité 40 lo bautizó como “Rube Goldberg Gambit” (“Plan Rube Goldberg”) como señala Kissinger en sus memorias. Y todo indica, pese a otras explicaciones, que se refiere a un nombre en cifrado más de los tantos que empleaba la CIA para sus operaciones secretas.

nueva elección. Anticipo, desde luego, en forma categórica, que en ella yo no participaría por motivo alguno” (Observador, 1970).

Una vez examinada más o menos exhaustivamente la portada procederemos a revisar la página editorial del mismo día, para ello hemos extractado los pasajes más relevantes del texto:

Con la votación realizada ayer puso término a una de las más reñidas campañas presidenciales (...).

Desde estas columnas seguimos todas las alternativas de la lucha, adoptando una posición favorable a la candidatura de don Jorge Alessandri, en cuyo programa y pasado presidencial encontrábamos la garantía de los derechos fundamentales en que se basa la vida republicana y muy especialmente la libertad de información.

Los resultados de los comicios de ayer hasta la hora de cerrarse no estaban perfeccionados sino alrededor de la mitad de la votación nacional (...) en forma sucesiva los señores Jorge Alessandri y Salvador Allende pasaban al primer lugar.

No obstante esta situación, aun no definida, el Comando de la Unidad Popular adelantó el triunfo de la candidatura del Salvador Allende (...) Este resultado debe confirmarse o modificarse en pocas horas más. Pero, como quiera que él sea, estará lejos de la mayoría absoluta y deberá recibir dentro de 50 días la ratificación del Congreso Nacional (...) La ciudadanía deberá considerar que el desenlace estrecho y azaroso de esta elección se debe principalmente a la indefinición del programa democratacristiano, cuyos puntos de coincidencia con el marxismo dieron a la candidatura de Allende un empuje capaz de disputar palmo a palmo la elección al candidato independiente que logró un impresionante apoyo en todo el país (...) Estas fuerzas, mientras sobreviva la democracia, deberán tener en el ámbito político una gravitación indudable, de modo que es de responsabilidad de sus dirigentes –en el caso que Alessandri no haya obtenido la Primera Magistratura– mantener a esos sectores disciplinados y unidos **para que el país no quede entregado a una política que pronto cambiará de raíz un sistema de vida de los chilenos**¹⁶³.

Un primer análisis nos arroja que la dimensión que adquiere el editorial apela netamente a la dimensión ideológica del discurso, específicamente a la construcción de ciertas representaciones sociales, a diferencia de la portada, la cual, mediante el expediente mnemotécnico, apela fundamentalmente a la dimensión cognitiva (MCP) del discurso manipulativo. En el primer párrafo se habla del término de “una de las más reñidas campañas presidenciales”. Por ello creemos entender que se está haciendo referencia al estrecho margen entre los votos obtenidos por un candidato y otro, pero claramente ello no es efectivo. Derechamente se está ocultando una parte importante de la verdad histórica de los procesos electorales chilenos. Prueba de ello es el ejemplo

¹⁶³ *El Mercurio* (Septiembre 5, 1970). La Elección Presidencial. Editorial. Página 3.

antes citado, respecto de la presidencial de 1958 que tuvo a los mismos protagonistas principales, Alessandri y Allende, y que se definió por un margen similar e inclusive más estrecho aún.

Con lo cual, al margen de la trasgresión respecto de la información de calidad y relativamente completa, por la vía desinformativa la estrategia discursiva responde al reforzamiento de los tópicos instalados en la portada respecto de la supuesta “ilegitimidad” del triunfo del candidato izquierdista y que la elección está abierta, por lo que el resultado podría cambiar. Como queda reflejado en el siguiente fragmento ya citado: **“Este resultado debe confirmarse o modificarse en pocas horas más. Pero, como quiera que él sea, estará lejos de la mayoría absoluta y deberá recibir dentro de 50 días la ratificación del Congreso Nacional”**. No olvidemos que además está en curso una maniobra destinada a que efectivamente ello se produzca. Además sabemos, como señala Hannah Arendt (1967), que la verdad y la política nunca se han llevado demasiado bien; la mentira, siguiendo a Derrida, se refiere al hecho de que deliberadamente se dice algo distinto de lo que se sabe con la intención de confundir al otro (1999). En los medios de comunicación, por su parte, la mentira puede cobrar vida por la vía de la ocultación o invisibilizaciones y silenciamiento de determinados trazos de verdad, como en este caso, inconducentes a los fines de la estrategia discursiva puesta en juego por parte de quien controla el discurso.

Luego tenemos una suerte de declaración de principios o confesión a favor de la candidatura de Jorge Alessandri, en la que recurre a la consabida estrategia de auto-presentación positiva y presentación negativa del otro, por deducción. Ello queda ilustrado cuando se refiere a que el programa de Alessandri ofrece garantías **“de los derechos fundamentales en que se basa la vida republicana y muy especialmente la libertad de información”**. En la última parte de esta *micro-estructura* anterior ya se introduce un tópico ideológico de primer orden y que cobra relevancia en el desarrollo de la estrategia mercurial, como veremos más adelante, a saber, el tema del respecto a la institucionalidad democrática y a la libertad de expresión.

Finalmente, la estrategia de manipulación a nivel discursivo se centra fundamentalmente en un par de tópicos más, de alcance netamente ideológico. Cuando emplea la etiqueta “marxista” no se refiere a un elemento ideológico más; cuando habla de “marxismo” y advierte del supuesto peligro de la venida de “una política que pronto

cambiará de raíz un sistema de vida de los chilenos” está promoviendo, por la vía de la estrategia del terror y de la guerra psicológica, la generación de los temores y las actitudes negativas (estigmatización) hacia las fuerzas políticas de izquierda, que en muchos casos ni siquiera se trata de marxistas, como por ejemplos algunos grupos confesionales (cristianos y protestantes) que apoyaron la candidatura de Allende. Efectivamente, una de las banderas ideológicas del discurso legitimador del poder imperial de los Estados Unidos (Vanaik, 2010) del cual *El Mercurio* como buen socio estratégico hace suyo, es precisamente el del maccarthysta “terror rojo” o el “filtro anticomunista” (Chomsky y Herman, 1988); cuyo propósito fue disfrazar la agresiva política exterior de esta potencia con un discurso (legitimador) defensivo que consistía en contener supuestamente la amenaza comunista que encarnaba la URSS (Vanaik, 2010). Por último, cabría señalar, en función de la verificación del cumplimiento —o no— de la pauta propagandística y desinformativa, que aparecen dos tópicos relativos a la desacreditación de la (coalición de) izquierda cuando insinúa un juego sucio y específicamente señala que ésta se habría precipitado en celebrar un triunfo cuyos resultados no estaban claros. Es decir, trasladar a la opinión pública la idea de que la izquierda juega sucio.

Ahora bien, *El Mercurio* hizo uso, también, de uno de los recursos predilectos de la manipulación episódica, cual es **el aprovechamiento de un suceso de fuerte impacto y connotaciones emocionales** en los modelos mentales de la personas, para influir en ellas por ejemplo a partir de la fuerte polarización expresada, una vez más, en **la bipolaridad, Nosotros, los inocentes y los buenos, y Ellos (la izquierda), los culpables y los malos**. Prueba de ello es el manejo que hizo con respecto a los magnicidios que tuvieron lugar en ese tiempo, el del general René Schneider, el del exministro Pérez Zujovic y el del comandante Arturo Araya, el edecán naval del Presidente Allende. Y otro tanto hizo con motivo de los sucesos de *El Tanquetazo*. En todos ellos políticamente hubo sendas maniobras de culpar a los sectores de izquierda, versiones que *El Mercurio* se encargaba de transmitir a la opinión pública con todo lujo de detalles.

Efectivamente, en la portada del día 28 de julio de 1973, con motivo del asesinato del Comandante Araya, edecán naval del Presidente Allende, al cual le unía una gran simpatía y cercanía, inclusive más allá de los estrictamente laboral (Agnic, 2008; Martínez, 2009; El Clarín, 2011), en una de las noticias de refuerzo del tema central,

titulada **“Versiones Sobre el Homicidio”**, lanza una de las versiones de los complotadores del hecho en donde se pretende implicar a la izquierda y directamente al gobierno en el magnicidio por la vía del involucramiento de un vehículo de una de las reparticiones del Estado: **“El Comandante Araya fue asesinado por un grupo de terroristas que minutos antes habían hecho estallar una bomba en una camioneta del INDAP”**. El INDAP, Instituto de Desarrollo Agropecuario, organismo dependiente del Ministerio de Agricultura, por lo que tuvo a cargo el tema de la Reforma Agraria, era blanco de casi todos los dardos lanzados por parte de la oposición.

Todo ello en circunstancias que las primeras diligencias policiales rápidamente se orientaron hacia el grupo de ultraderecha Patria y Libertad, con conexiones con la Armada de Chile (la rama de las FFAA que a la postre lideraría el golpe de Estado) y la CIA, como el autor del atentado criminal. Ello quedó confirmado al poco tiempo cuando pesquisas policiales pudieron detener a 32 involucrados directamente en el asesinato del edecán presidencial, efectivamente todos vinculados a Patria y Libertad y al comando ultraderechista Rolando Matus. Posteriormente, todos quedaron en libertad a los pocos meses y definitivamente indultados en 1981 por el dictador chileno Augusto Pinochet “por servicios prestados a la Patria” (Cauce, 1984). Las reales circunstancias de este crimen, de características muy similares a las empleadas por la CIA, un misterioso tirador solitario apostado en el edificio de enfrente con un fusil Remington XP Fireball (una arma idéntica a la empleada en los crímenes de John F. Kennedy y de Martin Luther King), aún permanecen a la espera de ser definitivamente esclarecidas, aunque el conjunto de evidencias apuntan en una dirección más o menos clara (Escalante, 2005).

La manipulación en este ejemplo en concreto va, más específicamente, por el lado del empleo de un suceso de fuerte contenido emocional –un magnicidio–, recurso dotado también de un fuerte impacto en los modelos mentales de la gente y que suele ser extrapolado a “representaciones sociales más estables y complejas respecto de los ataques antiterroristas o incluso a una ideología antiterrorista” (Van Dijk, 2009: 366). A nivel retórico el *macroacto de habla* Nuestras “buenas” obras y Sus “malos” actos dirigidos especialmente para acusar y sindicar al otro, en este caso aluden directamente a simpatizantes o a funcionarios del gobierno de la UP, con lo cual, una vez más, se refuerza el tópico de asociar a la izquierda y, en definitiva, al gobierno con la violencia y el crimen. Esto fue lo que editorializó el diario con respecto a este magnicidio:

el asesinato del Edecán Naval del Presidente de la República, capitán de navío, don Arturo Araya Peters, alcanzado por un proyectil cuando trataba de imponerse de las explosiones y disparos que ocurrían en las cercanías (...) no hay pruebas de que el homicidio se haya cometido por grupos de extremistas de ultraizquierda o de ultraderecha (...) De este sacrificio de un oficial distinguido hay que responsabilizar sin vacilaciones al clima de odio y violencia que reina en el país (...) apenas conocido el crimen determinado sector político empezó a aprovecharse de él con la meticulosidad y espíritu publicitario empleados cuando la tragedia del asesinato general Schneider, de cuya ilustre figura todavía el oficialismo extrae dividendos políticos¹⁶⁴.

En estas líneas, básicamente, enfatizando las anteriores versiones que indirectamente vinculaban al gobierno con lo del vehículo del INDAP, igualmente, pero más solapadamente, atribuye este alevoso crimen en última instancia a los responsables de “clima de odio y violencia que reina en el país”, que no son otros, según este periódico, que la izquierda y el gobierno, a los cuales sistemáticamente ha venido culpando de incitar actos de violencia y de caos. Un crimen que, al margen de contribuir a la campaña de terror, como se ha podido acreditar históricamente, muy probablemente tuvo como fin evitar que el comandante Araya, un militar constitucionalista y muy cercano al presidente Allende (Agnic, 2008; Martínez, 2009), se integrara al Alto Estado Mayor de la Armada Nacional, como debería haber ocurrido al completar el periodo de dos años de destinación como edecán naval de la presidencia y por ser ascendido a contraalmirante en noviembre-diciembre de 1973. Precisamente el alto mando naval en donde se estaba fraguando el golpe de Estado (Rojas, 1974).

¹⁶⁴*El Mercurio* (Julio 28, 1973). Bárbaro Asesinato del Edecán Naval. Editorial. Página 3

Figura 31. *El Mercurio*, Julio 28, 1973. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

Hoy no solo sabemos que todos estos impactantes crímenes fueron orquestados por el comando golpista con sede en Washington en el marco del complot montado contra el gobierno del Presidente Allende desde los Estados Unidos (Informe Church, 1975), sino que el dueño y director de este diario era integrante de dicho comando, por lo que queda completamente clara la figura de la manipulación. Acá encaja, perfectamente, el guión del terrorista/marxista/izquierdista que pone en juego de tanto en cuanto:

- Actor principal: terrorista/izquierdista/marxista
- Principales atributos o características: malo, cruel, asesino, radicales
- Medios que emplea: métodos violentistas
- Fines: matar a nuestra gente inocente

En este mismo sentido creemos necesario citar un párrafo muy significativo de uno de los editoriales del medio que nos ocupa respecto de los sucesos de *El Tanquetazo*, la última de las intentonas fallidas de golpe antes del golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973:

La sublevación de un grupo militar, ocurrida el 29 de junio último y que fue controlada en forma rápida por efectivos del Ejército, **significó una revelación inesperada del armamento y militarización de grupos de choque que evidenciaron su efectividad de diversos modos**. Quedó a la vista que los cordones industriales y demás grupos que ofrecen constantemente su respaldo al Gobierno estaban en posesión de arsenales de distintas magnitudes (...) El Presidente de la República expresó (...) que los trabajadores debían ocupar los sitios de trabajo y salir al centro de la capital, debiendo esperar armas en caso necesario. Sus palabras exactas fueron las siguientes: “Llamo al pueblo a que tome todas las industrias, todas las empresas, que esté alerta, que se vuelque al centro, pero no para ser victimado, que el pueblo salga a las calles, pero no para ser ametrallado, que lo haga con prudencia, con cuanto elemento tengan a sus manos. Si llega la hora, armas tendrá el pueblo”¹⁶⁵.

Solo cabe agregar a lo ya señalado que en este fragmento editorial, al margen de la consabida criminalización de la izquierda y de atribuirle la promoción y la responsabilidad por la violencia y el caos generado, usa un recurso fundamental de esta clase de discursos manipulativos, a saber, la de culpar al inocente. En este caso al gobierno constitucional, víctima de una acción sediciosa, cual comedia de equivocaciones, mediante la (re)asignación de la responsabilidad en los graves

¹⁶⁵ *El Mercurio* (Julio 8, 1973). La Responsabilidad del Gobierno. Editorial. Página 3.

hechos. Con ello persigue desviar la atención y la comprensión de lo ocurrido y respecto de las reales causas y verdaderos responsables de los hechos.

Por lo general, la activación de esta clase de modelos mentales está ligada a otro de los tópicos ideológicos, a saber, el tópico nacionalista, patriótico, en donde el terrorista, marxista, en general el “izquierdista” es presentado negativamente como pro soviético y pro cubano, en definitiva como “antipatriota”, llegando a grados de subvaloración infrahumanos. Un factor propagandístico ideológico que apuntaba más a la moral combativa de los interpelados –con esta clase de mensajes–, los soldados chilenos, y que fue una clave fundamental en el desarrollo del genocidio chileno y la odiosidad expresada por ellos (Klein, 2007).

Otro de los tópicos ideológicos empleados a este nivel de manipulación de la cognición social, muy presente en la estrategia discursiva mercurial, es la defensa de la ideología que hace del libre mercado, enfatizada de modo tal que es equiparable a un ideal puro y desperdido de la libertad; pero que sabemos que es interpretado restrictivamente como libertad de empresa y de mercado, o libertad de injerencia (regulatoria) del Estado en la actividad del mercado y la economía. Un ejemplo claro en este sentido por parte de *El Mercurio* es la defensa que asumió de La Papelera, las empresas estadounidenses del cobre y otras expropiables o expropiadas por el gobierno en función de su proyecto del Área Social de la Economía¹⁶⁶, que contó con la enconada oposición de este medio de comunicación. Específicamente, con respecto del pretendido control por parte del gobierno de uno de los más grandes monopolios y *holding* forestal y paplero controlado por Empresas CMPC (Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones), La Papelera, de la familia Matte desde 1920, a la que el histórico rival de Allende, Jorge Alessandri, estuvo ligado toda su vida laboral desde 1936 hasta su muerte acaecida en 1986 (Arancibia Clavel, Góngora y Vial Correa, 1996). *El Mercurio* hizo suya la defensa de La Papelera disfrazándola de una lucha por la libertad de expresión e información supuestamente conculcada por los marxistas.

La victoria democrática obtenida en la defensa de La Papelera está a punto de transformarse en derrota, a menos que la opinión pública vuelva a hacer sentir su peso e

¹⁶⁶ Proyecto de transformación de la economía a partir de la construcción de un área estatal dominante, en función de la nacionalización de las empresas estratégicas ligadas a las grandes riquezas nacionales (Programa de la Unidad Popular, aprobado en Santiago de Chile el 17 de diciembre de 1969).

invite al Gobierno a revisar la actitud intransigente que está provocando la ruina de esta industria y el socavamiento de la libre expresión¹⁶⁷.

En otro de sus editoriales referidos a este mismo tema señala:

La ardua defensa (...) de la Cía. Manufacturera de Papeles y Cartones es, desde luego, mucho más significativa que una mera talla por la fuente de ingresos (...) En el caso de la Papelera están en juego valores más trascendentales, principalmente, la libertad de expresión escrita (...) Hemos visto en los últimos días cómo dos medios no afectos al Gobierno han sido silenciados (...) la opinión pública tendrá que meditar en toda su significación este paso abiertamente dictatorial que está dando el Gobierno para asfixiar las libertades públicas utilizando el peso de su poder económico¹⁶⁸.

Desde que La Papelera fue considerada objetivo vital para los marxistas han sido muchos los expedientes utilizados para incautarse de ella (...) La posibilidad de que la Papelera pase a poder del Estado afecta grandemente a la libertad de expresión (...) Los órganos de prensa independientes y opositores tienen posibilidad de seguir apareciendo como tales en la medida que la Papelera permanezca en manos particulares¹⁶⁹.

Todo el cuadro ideológico lo implementa con una serie de estructuras a muchos niveles discursivos en donde prima la consabida **auto-presentación positiva y presentación negativa de los Otros**. Por ejemplo, siempre la violencia, actos vandálicos, tomas, huelgas, movilizaciones y combates callejeros estarán protagonizados y promovidos por y desde la izquierda y los sectores de partidarios del régimen. En cambio, ellos (oposición) siempre protestarán “pacíficamente” y lo harán exclusivamente por causas justas, más bien de carácter gremial (sueldos, atenciones y prestaciones, etcétera) e interés social; y si por alguna circunstancia llegasen a caer en algún gesto de violencia es exclusivamente en respuesta a las agresiones de parte de los “provocadores” y “violentistas de izquierda”. Muestra de ello es la portada de la figura 32:

¹⁶⁷*El Mercurio* (Junio 2, 1972). Gobierno Busca la Quiebra de la Papelera. Editorial. Página 3.

¹⁶⁸*El Mercurio* (Septiembre 10, 1972). Extorsión a la Papelera. Editorial. Página 3.

¹⁶⁹*El Mercurio* (Junio 8, 1973). Renovada Amenaza a la Papelera. Editorial. Página 3.

Figura 32. *El Mercurio*, Noviembre 23, 1971. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

Efectivamente, la portada recogida en la figura 32 está encabezada por un vistoso titular que señala: “**MASIVO APOYO AL PLEBISCITO**”, y aludea un conflicto interno de la Universidad de Chile en donde se enfrentan la derecha y la izquierda extrapolando como parte de la estrategia al contexto nacional; en virtud del cual un grupo de estudiantes contrario al gobierno salieron a la calle a manifestarse a favor de un plebiscito universitario (sobre la triestamentalidad y el cogobierno universitario) y fueron apoyados por estudiantes de la Universidad Católica (UC), acentuándose con ello la dimensión nacional del conflicto estudiantil al aparecer promocionado por las dos universidades públicas más importantes del país. No obstante, al margen de otras consideraciones posibles de formular, interesa destacar que esta entrega va seguida de un titular que señala “**Violentos Incidentes En El Centro**” (de Santiago de Chile) coronado con imágenes de gran formato en el centro de portada.

Se destaca en la parte del texto que los incidentes se produjeron debido a que en dos partes del trayecto los “pacíficos” manifestantes fueron “agredidos por estudiantes de izquierda, del MIR (Movimiento de Izquierda Revolucionaria) y del MUI (Movimiento Universitario de Izquierda)”, un grupo de izquierdista de la UC. Ejemplo de lo mismo es la portada del 6 de septiembre de 1973, la cual presenta una manifestación femenina de repudio al gobierno, destacando que esta protesta terminó con 50 heridos luego de que “marxistas atacaran a las manifestantes”. Con lo cual se refuerza la estrategia de asimilación del apelativo marxista a violencia.

Asimismo, la izquierda, junto con estar asociada a los tópicos de la violencia, el caos y el desorden, también lo está a los conceptos de “(in)eficiencia” y la “(in)capacidad”. Esto último es muy recurrente cuando se trata de noticias del tipo toma (ocupación) de predios e industrias, o con respecto a los rendimientos de las empresas expropiadas, como es el caso de la gran minería del cobre, antes en manos de capitales estadounidenses. Un modelo contextual candente en aquel periodo, con lo cual se advierte claramente por qué lado va la estrategia de manipulación y cuáles son los intereses en juego que realmente defiende *El Mercurio*. Como se puede advertir en los ejemplos de la portada reproducida en la figura 33.

Figura 33. *El Mercurio*, Julio 12, 1972. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional

Figura 34. *El Mercurio*, Marzo 23, 1973. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional.

En efecto, en ambas portadas, junto a trasuntar los ámbitos de intereses que defiende *El Mercurio*, a saber, la gran minería de cobre que estuvo en manos de capitales y empresas estadounidenses y el latifundio, poniendo el énfasis en el falso conflicto trabajadores-gobierno, la estrategia de manipulación se articula por el lado de enfatizar el tópico de la ineficiencia de la explotación de las riquezas básicas del país en manos del Estado. Con ello revela un aspecto importantísimo de los modelos mentales contextuales y de la implementación de la ideología capitalista, entendida como un proceso de liberalización de la injerencia del Estado en los asuntos del Mercado más allá de su rol regulador. Al respecto citamos un fragmento de editorial en donde desarrolla una verdadera apología de la “iniciativa privada”:

La más fina planificación centralizada no logra activar el proceso de la economía con la eficacia con que puede conseguirlo la suma de los esfuerzos e iniciativas individuales (...) La función de la empresa privada en el desarrollo se ejercita sustentado los principios de una sociedad y de una economía libres (...) En Chile, como se sabe, la empresa privada está sufriendo desde hace años un embate creciente de las medidas planificadoras e intervencionistas. (...) la libre iniciativa, la eficiencia en la producción, el atento servicio a los consumidores y los demás valores sociales, económicos y técnicos de la empresa privada habrán de reconstruir en algún momento los sistemas de producción devastados por el socialismo burocrático, así como esos mismos principios levantaron a Europa destruida por la guerra¹⁷⁰.

Por si fuera poco, la portada de la figura 34 cierra su entrega del tema de los fundos tomados (ocupados) y paralizados con una noticia, de claro corte sensacionalista, apropiada la “retórica de las emociones” (Van Dijk, 2009), de carácter central en destacado con imágenes grandes que señala un hecho de represión policial contra vendedores ambulantes minusválidos. Esta noticia responde al clásico ejemplo de recorte de la realidad que hace este diario, un incidente que no pasó de ser una escaramuza policial contra un grupo de personas, por cuestiones de orden público y legalidad, fue enfatizado de forma sensacionalista a nivel de gran titular llegando a tener enormes repercusiones a nivel de opinión pública. Es evidente que el tópico ideológico a relevar, una vez más, corresponde a la idea de un Estado policial dictatorial que reprime sin ningún tipo de miramientos inclusive a personas con minusvalías físicas. O sea, se trata de satanizar al gobierno y a la izquierda a partir de una caracterización negativa.

¹⁷⁰ *El Mercurio* (Marzo 23, 1972). Función de la Empresa Privada. Página 3.

Por otro lado, tenemos que una de las estrategias predilectas de la manipulación empleada consistió, precisamente, en desviar la atención de la opinión pública con noticias relativa a hechos intrascendentes, de ahí la importancia del encuadre invisibilizador empleado por *El Mercurio*. No olvidemos que “el lenguaje es lo que se dice, pero también lo que destierra” (Serrano, 2009: 39) y que el modelo desinformativo-manipulador no consiste solo en la burda mentira, sino en algo un poco más elaborado y relativo al *encuadre* noticioso (Parenti, 2008). En este sentido cobra relevancia un hecho notable, que se refiere al proceso de desinformación e invisibilización que este medio realizó con respecto a la Guerra de Vietnam, considerando que el periodo estudiado coincide con uno de los periodos álgidos de esta guerra.

De tal modo que, como hemos demostrado anteriormente, si hemos de juzgar por las páginas de *El Mercurio*, este conflicto bélico prácticamente no existió para los chilenos. Del total de la muestra estudiada, tan solo en cuatro oportunidades se hace mención al conflicto y no precisamente al estilo en que lo hacía por entonces la prensa independiente en los Estados Unidos y en gran parte del mundo. De hecho en un fragmento de una carta que el presidente Allende le dirige al director del medio, René Silva Espejo, que hemos citado en otra parte de este trabajo, le llama la atención de este hándicap desinformativo, cuando señala “creemos, sí, señor director, que lamentablemente cada vez que en el esquema del mundo de violencia se desata con más frecuencia lo hace el imperialismo, la cultura suya no le puede hacer olvidar lo que es Vietnam que no existe para *El Mercurio* aunque exista para el Papa” (citado en Arrate, Hidalgo, 1989: 430).

Con lo cual el ámbito internacional, con la excepción de ciertos contenidos (distractivos) relativos a Hollywood y la carrera espacial estadounidense (los proyectos Skylab y el Apolo), quedaba en la práctica virtualmente reducido a la (des)información con respecto al mundo de la órbita soviética o socialista, llámese países árabes del Oriente Medio o grupos izquierdistas sudamericanos (tupamaros, montoneros, etcétera), que aparece fuertemente asociado a la violencia política, léase actos de terrorismo, secuestros y asesinatos. Por ello cobra relevancia el (magistral) empleo que hace *El Mercurio* de una de las estrategias fundamentales del modelo propagandístico desinformativo, a saber, la técnica del *framing*, encuadre o marco (Goffman, 1986) en

donde, básicamente, la realidad en-marcada es presentada como la “realidad única”, casi factual.

Lo cual es perfectamente coherente con su pretendida “objetividad” y dotes de gran prensa (Sunkel, 1986). En lo que respecta a política nacional el enmarque o recorte que hace respecto de este ámbito noticioso, prácticamente, se remite en la práctica casi exclusivamente al caos, el desorden y la violencia (social y política), promovida fundamentalmente por los sectores de izquierda (a la cual le da un tratamiento muy “especial”, como veremos más adelante) a partir de huelgas, paros, tomas, protestas, movilizaciones y combates callejeros, el desabastecimiento, problemas de producción y crisis económica. Como hemos podido advertir en nuestro análisis de contenido. Al respecto quisiéramos citar un par de ejemplos más que nos permiten reforzar lo señalado anteriormente respecto de las claves manipuladoras puestas en acción por el diario *El Mercurio*.

Figura 35. *El Mercurio*, Abril 28, 1973. Portada.



La portada que recoge la figura 35 es un muy buen ejemplo –una de las más espectaculares de la muestra- de la citada estrategia discursiva de trato sensacionalista y de exageración noticiosa que, apelando a los mecanismos cognitivos llamados atajos, las consabidas soluciones rápidas y fáciles conjugadas con la *distracción mnemotécnica* (encuadre y enfatizados de titulares e imágenes), busca impactar en la atención y comprensión del texto. En esta composición aparentemente tenemos a primera vista un sujeto muerto en el piso y otro en primer plano con el rostro ensangrentado y la vista extraviada que el diario pretende, claramente, hacernos creer que se trata del individuo muerto a raíz de la violencia izquierdista, a juzgar por los textos que acompañan esta estructura de sentido: “**Un muerto en los Incidentes**” y “**Violencia Marxista en la U. de Chile**”. No obstante, esta lectura sugerida/propuesta (intencionada) no se corresponde en absoluto con la realidad de los hechos acaecidos ese día, por lo que corresponde a uno de los ejemplos específicos en donde la estrategia discursiva de *El Mercurio* se desplazó derechamente hacia los dominios de la distorsión y la mentira pura y dura. Por lo que se advierte la presencia de un plan tendiente a dificultar o perjudicar la correcta comprensión de los hechos.

Lo que ocurrió en verdad ese día, según la versión oficial del gobierno avalada por los respectivos informes policiales y que *El Mercurio* presenta a su modo, en un acto de ocultación deliberada de algunos aspectos clave de la realidad de ese hecho, fue que en circunstancias en que una columna de manifestantes de izquierda se desplazaba por Alameda (la principal arteria de Santiago Centro) hacia una concentración gobiernista, y cuando pasaban por el frontis del edificio sede del Partido Demócrata Cristiano (PDC), ubicado en la Avenida Alameda de entonces, pleno centro cívico de la ciudad de Santiago de Chile, un franco tirador (que nunca fue identificado) disparó desde el interior del edificio a la columna de manifestantes dando muerte casi instantemente a uno de ellos (Guzmán, 1975).

Un hecho de una extrema gravedad, dada la convulsión y la paralización social que se vivía por aquellos días. El caso es que *El Mercurio* lo presenta casi como un acto de legítima defensa en respuesta a una provocación por parte de los manifestantes, quienes virtualmente habían tomado por asalto el señalado edificio partidista (una vez más estamos en presencia de la reatribución de responsabilidades a la izquierda frente a actos violentos). Y, más aún, habla de una supuesta versión (sin citar fuentes específicas) que señala a Carabineros (dependiente del Ministerio de Defensa, por ende

del gobierno) como autor casual del disparo que hirió mortalmente al manifestante. A continuación se citan dos pasajes del texto de portada que ilustran muy bien lo anterior:

Dos versiones sobre la [ilegible] en que se generó el incidente en que murió el manifestante. La Unidad Popular [dijo] que los trabajadores [que] marchaban a la concentración fueron agredidos desde la sede del PDC y que se había lanzado una ráfaga de metralleta desde allí alcanzando al joven. Sin embargo, otros testigos señalaron que cuando [los] marxistas lanzaban piedras y rodeaban el inmueble del partido Demócrata Cristiano, carabineros presumiblemente, [hizo] disparos al aire pudiendo [ser] éste el momento en que [cayó] herido el joven¹⁷¹.

Por otro lado, cabe consignar que el hombre tendido en el suelo corresponde presumiblemente al manifestante asesinado, pero el primer plano, que llama a engaños pretendiendo confundir la comprensión del texto, no corresponde para nada al manifestante muerto sino al periodista Jaime Valdés, entonces director de la revista *PEC*, redactor de *SEPA* y columnista del diario *Tribuna*, que resultó con una herida en la cabeza de escasa significación producto de una pedrada recibida a varias cuerdas de distancia de donde sucedieron los hechos narrados. Al respecto, es menester señalar que se ha podido acreditar, mediante testimonios cualificados y el abundante material desclasificado, que tanto la revista *SEPA* como el diario *Tribuna* fueron parte de los medios de comunicación fundados por la CIA en el marco de la estrategia de desestabilización montada contra el gobierno de Allende (Carmona, 1998). Más tarde, este fallecido periodista, como se pudo constatar, participó junto a otros de sus colegas en operaciones de inteligencia encubriendo asesinatos cometidos por la policía secreta del régimen, DINA. Una de ellas fue la tristemente célebre Operación Colombo, mediante la cual intentaron disfrazar y ocultar bajo falsos enfrentamientos fratricidas el asesinato y desaparecimiento de 119 detenidos, entre los que se contaban varios periodistas (Valech, Comisión, 2011).

Ahora bien, la estrategia manipuladora que tenemos acá es claramente de corte sensacionalista (“Un Muerto” junto al tratamiento de un cuerpo caído y un rostro ensangrentado y con la mirada extraviada), del tipo de información falsa, por no decir del tipo “montaje”, que no solo desinforma por la vía de ocultar e invisibilizar u omitir contenidos y las reales circunstancias que rodearon los hechos, sino que además distorsiona mediante el expediente retórico de las conjeturas rápidas y fáciles con el objeto de atraer la atención y generar una comprensión incompleta de los lectores. Pero

¹⁷¹ *El Mercurio* (Abril 28, 1973). Un Muerto en los Incidentes. Portada.

por sobre todo lo que busca es la manipulación por la vía de la activación de los modelos mentales y contextuales relativos al caos, la violencia y el desorden como atributo principal asignado *a priori* a la izquierda (“Violencia Marxista”). Por otro lado, se advierte la estrategia de construcción de un suceso de impacto y connotaciones emocionales a partir del empleo del (fuerte) uso de la polarización. Nosotros, buenos e inocentes (la oposición), Ellos, malos y culpables (los izquierdistas, los “upelientos”); que podría corresponder perfectamente al consabido guión desinformativo del marxista: malo, violento y mata a inocentes (el maccarthysta “terror rojo”) (Van Dijk, 2009).

El editorial de ese día, por su parte, hacía referencia a los hechos de un modo un tanto contradictorio, como se puede apreciar en el siguiente párrafo:

El jueves último Santiago se ha visto convulsionado por disturbios de una gravedad rara vez homologada durante el presente régimen, con heridos graves –incluso a bala–, interrupción del tráfico, barricadas, fogatas a metros de La Moneda, numerosos detenidos y derroche, por parte de Carabineros, en uso de bombas lacrimógenas y de carros lanza aguas (...) Los desórdenes se iniciaron con choques entre la gran masa estudiantil, que acudía a manifestar su repudio al proyecto de la Escuela Nacional Unificada, que **auspicia el gobierno, y grupos de provocadores de izquierda** [...] estos últimos asaltaron, además La Casa Central de la Universidad de Chile.¹⁷²

No obstante, en el pasaje del texto editorial vemos que se reitera la estrategia discursiva de distraer e impactar la comprensión (real) de los hechos mediante el ocultamiento e invisibilización de trazos relevantes de la realidad y mediante el recurso de culpar a la víctima mediante la estrategia de (re)atribución o (re)asignación de las responsabilidades con fines manipulativos: lo que hubo no fueron solo “heridos graves”, sino que hubo heridos graves y un muerto a bala, y fueron los manifestantes de izquierdas los tiroteados y contaron entre los suyos al muerto. En este mismo sentido, carga, una vez más, contradictoriamente las tintas contra la policía de Carabineros, una fuerza de orden público que en este tiempo dependía del Ministerio del Interior, por ende se la identificaba con el Gobierno¹⁷³, señalando que pese a lo grave de los incidentes actuaron en forma desmedida. En la última parte del texto, vemos que insiste en reforzar la estrategia de la autopresentación positiva y la presentación negativa de los

¹⁷² *El Mercurio* (Abril 28, 1973). Provocación al enfrentamiento. Editorial. Página 3.

¹⁷³ Efectivamente, esta fuerza pública fue la última en plegarse al golpe de Estado y su plana mayor (los generales Urrutia, Salinas y Álvarez) y su general director, José María Sepúlveda, se mantuvieron leales al presidente y al gobierno hasta el final. Solo vía el expediente de la ruptura de la verticalidad de mando éste pudo ser neutralizado. Hecho al cual se refiere puntualmente el Presidente Allende en su discurso final, sus últimas palabras (Cavallo y Serrano, 2003).

Otros, a quienes acusa de los hechos y situaciones negativas/graves (violencia y vandalismo).

Ello queda reflejado cuando señala que **“los desórdenes se iniciaron con choques entre la gran masa estudiantil, que acudía a manifestar su repudio al proyecto de la Escuela Nacional Unificada, que auspicia el gobierno, y grupos de provocadores de izquierda [...] estos últimos asaltaron, además La Casa Central de la Universidad de Chile”**¹⁷⁴. Por último, vemos que a nivel de la *lexicación* aparece un tópico recurrente de la estrategia mercurial, cuando se refiere a unos y otros de los bandos en disputa. Al sector de izquierda se le asigna el negativo tópico **“provocadores de izquierda”**, mientras que los derechistas son presentados mediante un léxico bastante más positivo, como “una gran masa estudiantil”.

En otro pasaje, sintomáticamente plantea lo siguiente:

Se reafirma así lo que ha sido tesis y conducta permanente del Gobierno de la Unidad Popular. Existe un distinto rasero para medir los actos de los partidarios de esa combinación política (...) y los actos de los opositores a ella. Para los primeros, no existen leyes, reglamentos ni fuerza pública: solo el “diálogo”, trátase de simples huelguistas o manifestaciones (...) o bien de violentistas, de delincuentes políticos o de “tomadores” de industrias, predios, sitios, habitaciones o –aun– de Ministerios situados frente al propio Palacio de La Moneda¹⁷⁵.

Este párrafo nos parece extremadamente revelador, porque al cargar las tintas directamente contra el Gobierno, acusándole –cual confesión de partes– de doble rasero en el trato a los manifestantes, según sean éstos partidarios o detractores, aparece una serie explícita –aunque soslayada– de los diferentes estereotipos asignados a la izquierda, que aparece adjetivada como “violentistas”, “delincuentes políticos”, “tomadores” de industrias, predios, sitios, etcétera. A nivel de estrategias generales de interacción, lo que hace es operar directamente como una acusación (improcedentemente) de los hechos y las acciones negativas (graves) acaecidas.

La figura 36 presenta otro ejemplo útil a fin de ilustrar, más aun, algunos de los aspectos centrales de dicha *performance* comunicativa en términos de la “sintaxis local” y que se relaciona, específicamente, con la estrategia de (des)enfaticar acciones

¹⁷⁴*El Mercurio* (Abril 28, 1973). Provocación al enfrentamiento. Editorial. Página 3.

¹⁷⁵*El Mercurio* (Abril 28, 1973). Provocación al enfrentamiento. Editorial. Página 3.

buenas/malas nuestras/suyas y con la reasignación de la responsabilidad de los malos hechos y acciones, sin perjuicio de otros recursos a los que además también echa mano.

Figura 36. El Mercurio, Noviembre 9, 1972. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Nacional

La noticia que ocupa un lugar central de esta portada de *El Mercurio* es un claro ejemplo del trato sensacionalista y exageración noticiosa en que fácilmente incurre este medio de comunicación. Los hechos descritos con un titular destacado, letra de cuerpo grande y en negritas, como “**Cobarde Atentado**”, y con tres imágenes de gran tamaño en donde se representa un grupo de personas huyendo (entre ellos unos conocidos parlamentarios derechistas de la época), en realidad no responden sino a un incidente de carácter menor, por lo que no se corresponde en nada con la realidad de lo ocurrido allí sino, por lo demás, con un evento a todas luces irrelevante. Se trata de esta clase de contenidos distractivos y alienantes que buscan específicamente desviar la atención de la opinión pública a partir de un variado *pool* de recursos mnemotécnicos (diseño, ubicación, imagen y textos en destacados), respecto de los tópicos y acontecimientos en sí importantes y relevantes.

En relación a los hechos consignados, lo que efectivamente ocurrió fue que un grupo de estudiantes de izquierda, de exUniversidad Técnica del Estado (UTE)¹⁷⁶, una universidad pública de orientación obrera y baluarte de la izquierda chilena de entonces, por considerar una abierta provocación, rechazó e increpó enérgica y airadamente la visita de unos altos dirigentes del Partido Nacional (PN), el principal partido de oposición, entre los cuales se contaban algunos dirigentes enconadamente opositores al gobierno, como es el caso del senador Sergio Onofre Jarpa. Ante lo cual éstos se vieron en la obligación de suspender la pretendida realización de una charla programada con estudiantes derechistas de dicha casa de estudios superiores. No obstante, al margen del tratamiento notoriamente des-equilibrado de la noticia, de ahí a calificar distorsionada e intencionadamente este incidente –y en portada- con la hipérbole (otro de los recursos favoritos de las estrategia manipulativas) de “**Cobarde Atentado**”, obra en realidad una gran distancia.

Y, más aún, si comparativamente vemos que el tratamiento –a través del empleo del vocablo *atentado*- de esta noticia es más o menos equiparable al tratamiento que en su momento le dio a los gravísimos (magnicidios) atentados cometidos por esos, a los

¹⁷⁶La UTE, hoy Universidad de Santiago, una casa de estudios para la especialización y profesionalización obrera, el día 11 de septiembre de 1973, fue ocupada violentamente por tropas golpistas, dando muerte y arrestando a numerosas personas que fueron remitidas a lugar de confinamiento y reclusión habilitados *ad hoc*, como el entonces Estadio Chile (hoy Estadio Víctor Jara) y el Estadio Nacional. Uno de entre millares de detenidos fue el cantautor Víctor Jara, quien un par de días después fue ejecutado en el primero de los recintos mencionados y su cadáver abandonado en el extrarradio de la ciudad de Santiago de Chile.

cuales ya hemos hecho mención anteriormente. Un tratamiento que adquiere mayor dramatismo si tomamos en cuenta que todas estas muertes forman parte del plan de desestabilización contra el gobierno en lo que respecta a las articulaciones terroristas y de sabotaje. Con respecto al primero de ellos, señalaba sobriamente en titular de portada: “**criminal atentado. Baleado General Schneider**” (23 de octubre de 1970). Respecto de lo cual llama la atención que en la primera parte del texto el grave atentado aparezca atenuado mediante el empleo de letras en minúsculas; cuestión que contrasta con el tratamiento del crimen de Pérez Zujovic, que lo editorializa así: “**ASESINADO EX MINISTRO PEREZ ZUJOVIC**” (9 de junio de 1971), en destacado con tipografía dotada de un cuerpo grueso, en negritas y mayúsculas. Por su parte el caso del comandante Araya lo referencia también muy sobriamente, pese a la gravedad y las circunstancias del negativo hecho, al margen de cualquier tipo de hipérbole: “**Consternación por el Crimen del Edecán Naval**” (28 de junio de 1973).

Un tratamiento claramente diferenciado que podría, aparentemente, responder al hecho de que en el primero de los casos se anuncia tan solo, aunque igualmente grave dado el contexto sociopolítico, un atentado (el general murió dos días después), mientras que en el segundo de los casos la noticia corresponde a un atentado criminal en toda regla, como asimismo en el último de ellos. No obstante, hoy conociendo el contexto sociopolítico en que se producen los atentados y una serie de antecedentes que se han paulatinamente develado en el tiempo, bien que pudiera responder por un lado al peso específico que tuvo el asesinato de Pérez Zujovic en el contexto de la estrategia de quebrantamiento de la democracia chilena y, por otro lado, al hecho de que en dos de los casos ostensiblemente se está directamente disfrazando, por parte de la oposición, la autoría de los mismos, los que pese al desarrollo de toda clase de maniobras distractivas y de encubrimiento de los hechos, claramente recayó, como hemos visto en el acápite de contexto histórico, desde los primeros minutos en los comandos ultraderechistas orquestados por la CIA (Verdugo, 2003).

El asesinato de Pérez Zujovic, tal y como quedó acreditado en la prensa de entonces y como se ha podido corroborar en el abundante material desclasificado que va corrido hasta la fecha, ha sido todo un misterio. La responsabilidad de los hechos recayó desde el primer momento en un extraño movimiento izquierdista (VOP), para muchos un movimiento de fachada de la CIA y que el propio gobierno de la UP conectó en su momento con este organismo de inteligencia (Amorós, 2013: 373). Lo cual puede

responder a la consabida estrategia de enfatizar/desenfatizar sus/nuestras malas/buenas acciones o de (re)atribución de la responsabilidad de los hechos y acciones negativas al Otro. En este caso mediante responsabilizar del atentado a una estructura infiltrada o de fachada¹⁷⁷.

Ahora bien, en esta clase de ejemplos la estrategia manipulativa de este medio de comunicación no se queda corta, pues abundan y de todo tipo, en este sentido, unos más significativos que otros. Éste, en concreto, corresponde, además, al típico *acto de habla* que se corresponde explícitamente con la construcción de eventos noticiosos, con exageración y sensacionalismo en la (desequilibrada e interesada) selección y el tratamiento de los hechos y acontecimientos noticiosos. Y es un muy buen ejemplo del encuadre (*framing*) que hace de la realidad (re)presentada en términos del modelo contextual relativo a la violencia, el desorden y el caos; y que se presenta reforzada por un segundo contenido que trata sobre la represión política a dirigentes gremiales opositores, cuyo vistoso y destacado titular señala: “**Represalias Denuncian Transportistas**” (9 de noviembre de 1972). La categoría de sentido que se reitera en esta clase de mensajes corresponde a la pseudo confrontación trabajadores-gobierno. Cerrando esta macro estructura tenemos, en el ámbito internacional, que se refiere a que los demócratas estadounidenses triunfan en una contienda política. Caso en el cual nos refuerza, una vez más, la idea de autopresentación positiva (el mundo capitalista u occidental) y la presentación negativa de los Otros, en este caso las fuerzas de izquierda.

Para ir culminando los análisis quisiéramos poner dos ejemplos editoriales más que, a nuestro entender, evidencian cómo *El Mercurio* aplicaba la parte de la pauta desinformativa relativa a introducir cuñas en la unidad de la izquierda y el gobierno (ya hemos visto anteriormente las bazas aplicadas entre el mundo de los trabajadores y el gobierno). Ello básicamente porque uno de los *modelos mentales* que activó con relativo éxito este diario contribuía, básicamente con sus editoriales, a enfatizar los tópicos levantados por la propaganda opositora, a saber, que “Allende era un buen gobernante pero muy mal acompañado”, “la coalición de gobierno era una verdadera bolsa de gatos”, “Allende era un títere (sin liderazgo) de Altamirano y de los sectores más ultras

¹⁷⁷ Este crimen ha sido comparado al de Calvo Sotelo, acaecido en España en junio de 1936, y también hay quienes han visto un paragón muy importante con el asesinato del dirigente de la DC y exprimer ministro italiano Aldo Moro a manos de las Brigadas Rojas, quien era partidario de la tesis del “compromiso histórico” de Enrico Berlinguer y de la formación de un gobierno de concertación con los comunistas (Amorós, 2013).

del conglomerado gobernante”, etcétera. Ejemplos de ello son la portada del 15 de diciembre de 1970 (**Categórico desmentido. Allende: “No Hay ni Habrá Milicias Populares en Chile”**), en la cual enfatiza la contradicción en el desarrollo táctico del proceso entre el gobierno y la coalición, o los editoriales del 25 de octubre de 1970 (**“Históricos desplazamientos de Poder”**), 4 de noviembre de 1970 (**“Al iniciarse el Nuevo Gobierno”**), etcétera. Contenidos todos, prácticamente, convertidos en dichas representaciones sociales de las más activas de ese periodo, según consta en los diferentes testimonios fruto de las entrevistas llevadas a cabo en el marco de esta tesis.

Una angustiosa defensa de sus prerrogativas presidenciales ha hecho ante el país el Excmo. señor Allende, contestando la terminante desautorización que publicaron las Comisiones Políticas de los Partidos Socialistas y Comunista (...) En un comunicado expresa el Presidente su “desagradable sorpresa” por esta actitud de los partidos eje del Gobierno (...) En la esencia misma del programa de la Unidad Popular está el reemplazo del Ejecutivo (...) las agrupaciones marxistas están desde hace dos años cambiando el sistema en los hechos (...) se desautoriza públicamente al Presidente Allende en uno de los momentos cruciales del gobierno¹⁷⁸.

Las luchas intestinas de los socialistas (...) que llegaron, a veces, al encuentro entre los organismos juveniles de ambos bandos con víctimas fatales. Las fracciones, pese al caudillismo que las originaba, mantuvieron su adhesión a los postulados básicos del marxismo-leninismo. Esta concordancia ideológica (...) no impide que las diferencias tácticas continúen.¹⁷⁹

Por último, a modo de síntesis, diremos que una vez examinado el discurso mercurial bajo el enfoque técnico del Análisis Crítico del Discurso (ACD) propuesto por Van Dijk (2009) y en la perspectiva de develar las claves intrínsecas de la estrategia manipulativa puesta en juego por este diario en el marco del plan de desestabilización de la democracia chilena, hemos advertido el uso de algunas estrategias propias de los discursos manipulativos a nivel social, de cognición y de discurso. De modo tal que, dejando al margen el evidente carácter abusivo y de poder ejercido por este medio de comunicación, por su doble condición de integrante y vocero de grupos y élites poderosas, advertimos que es posible decodificar su estrategia al calor de los intentos de manipulación y el control mental de la gente (activación de ciertos modelos mentales y contextuales) y de las diferentes dimensiones que adquiere su discurso propiamente tal, expresadas principalmente en las estructuras polarizadas de auto-presentación positiva /

¹⁷⁸*El Mercurio* (Junio 18, 1973). Gobierno Marxista al Descubierto. Editorial. Página 3.

¹⁷⁹*El Mercurio* (Abril 18, 1973). Aniversario del Partido Socialista. Editorial. Página 3.

negativa y desacreditada de los Otros, demócratas/anti-demócratas, con lo cual se expresa el conflicto ideológico fundamental de esta historia.

Como del mismo modo los rasgos manipulativos propios de las estructuras de poder que implican una pretendida superioridad moral, espiritual y material y de credibilidad, Nosotros los buenos/Ellos los malos. Y el uso de recursos de claro corte emocional, “retórica de las emociones” (Van Dijk, 2009), que pone fundamentalmente en juego también con fines ideológicos: la defensa a ultranza de sus intereses y privilegios económicos (financieros) y del sistema capitalista, como señala el citado politólogo Manuel A. Garretón en el film *El diario de Agustín* (Agüero, 2008). Asimismo, aunque se escapa un poco del propósito de esta investigación, sabemos, por el desarrollo de una serie de entrevistas que realizamos con motivo de esta investigación y de la enorme cantidad de documentos que examinamos, que el gobierno del Presidente Allende y la Unidad Popular –aunque es evidente que cometió grandes errores–, a pesar del boicot y del enorme programa de desestabilización puesto en su contra, y más allá del prisma ideológico con que se le juzgue, arroja innegablemente un balance globalmente extremadamente positivo: un gobierno de considerables logros y realizaciones en casi todas –por no decir todas– las áreas del acontecer chileno, especialmente en el área social (Corvalán, 2003). Por ejemplo, en materia de profundización o “democratización de la democracia” (Giddens, 2000), otorgó un protagonismo y una promoción social y popular inédita no solo en la historia de este país, plagada de entusiasmo, alegría y creatividad (Carrasco, 2003). A la par que un florecer y un despertar cultural inéditos también en esa parte del mundo (TeleSur, 2008).

Esta, sin lugar a dudas, es una de las razones por las que el proceso chileno, conocido como la “Vía Chilena al Socialismo” (pacífica y democrática y por la vía institucional) (Garretón y Moulian, 1993: 184), obtuvo una gran visibilidad y despertó tanta atracción en buena parte del mundo (Carrasco, 2003). Todo lo cual le ha llevado a sostener, a más de uno de nuestros informantes cualificados, que esos fueron los días más felices de sus vidas”, como es el caso de la Dra. Petra Gertke, una de nuestras entrevistadas. No por nada Armand Matterlart, cuando tuvimos la oportunidad de entrevistarle con motivo de esta investigación y en el marco del III Congreso de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, celebrado en Tarragona del 18 al 20 de enero de 2012, señaló algo que ha afirmado en más de una oportunidad: “Primero que nada yo soy lo que soy gracias al gobierno del presidente Allende y la UP”. Sin embargo, para

muchos chilenos y a juzgar por las páginas del diario *El Mercurio*, nada de esto existió. En cambio la imagen que ha pasado a la historia respecto de este acontecimiento es, definitivamente, la categórica y contundente imagen del *caos* (desorden) y *violencia* (y *destrucción*), respecto de lo cual este importante medio de comunicación tiene no poco que decir en materia de contribución.

VI. CONCLUSIONES

En un primer nivel de conclusiones generales quisiéramos insistir en algunas ideas (fuerza) que hemos explicitado con motivo del desarrollo de otros pasajes de este trabajo y que a nuestro entender nos parecen centrales, no solo para el desarrollo del mismo sino para el ejercicio investigativo en general de materias relativas al periodismo y las ciencias de la comunicación.

En este sentido, creemos fundamental, en primer lugar, apelar al enfoque y el trabajo multidisciplinar a la hora de abordar cualquier aspecto relacionado con el complejo fenómeno de la comunicación humana y el lenguaje. Los campos de la neurobiología y la neurociencia, la biología (del conocimiento) y la filosofía (del lenguaje), principalmente, han aportado imprescindibles contenidos que nos ayudan a emprender esta difícil tarea. De ahí devienen conceptos e ideas neurálgicas como la de *plasticidad neuronal* o *sináptica*, que apunta al hecho de que somos **capaces de hacer solo (y únicamente) aquello que nuestra arquitectura biológica nos permite** (por lo que hay que estudiar el cuerpo humano aunque sea mínimamente) y que resulta imprescindible a la hora de entender lo que pensamos, hacemos y sentimos (Maturana, 2001); como aquella idea que habla de **la existencia de una solución de continuidad en la línea evolutiva**, por lo que toda la creación y los mecanismos cerebrales de lo humano nos remiten –necesariamente– a nuestros ancestros animales, de ahí la importancia que reviste el aspecto evolutivo a la hora de entender el funcionamiento y todo el andamiaje de nuestra maquinaria biológica (Macnick y Martínez-Conde, 2013: 25; Maturana y Varela, 1992); o, por último, la idea que señala que el **factor fundamental que permitió el surgimiento de nuestra especie es el desarrollo de la facultad del lenguaje** (o instinto del lenguaje, como le llama Steven Pinker (2001b), tal como sostienen dos de los más importantes biólogos evolutivos, Ernst Mayr (considerado el Darwin del siglo XX) y, últimamente, Mark Pagel (2011).

Asimismo –respecto del saber filosófico– nos parece del todo inconveniente siquiera aproximarse a los fenómenos vinculados directamente a la *comunicación* y al *lenguaje* desconociendo o ignorando virtualmente ciertos hallazgos vitales realizados en sentido. Como por ejemplo desde la *filosofía del lenguaje*, con aportes que van desde Nietzsche

a Heidegger, pasando por las aportaciones de J. L. Austin con la *performatividad del lenguaje* (acción), que alude a la reveladora capacidad transformadora que posee el lenguaje a partir de los *enunciados o declaraciones performativas* (Austin, 1982), hasta el concepto de los *actos de habla* de John Searle o la *actividad de habla* de Foucault (2004). Además de las aportaciones de Martín Buber y la *filosofía del diálogo*, que básicamente señalan que somos, por sobre cualquier otra consideración, seres (intrínsecamente) conversacionales (Buber, 1984: 7).

Es por ello que intentamos examinar los conceptos de *propaganda*, *desinformación* y *mentira* lo más exhaustivamente posible –a riesgo de parecer excesivo– dentro de lo que cabe en función de nuestras limitaciones. Que van desde las intelectuales propias del doctorando hasta problemas de acceso a algunos importantes autores, ya sea porque sus obras están descatalogadas y sin re-edición, porque no se encuentran fácilmente en bibliotecas o, simplemente, porque están en otros idiomas que no siempre manejamos como debiéramos y/o como quisiéramos. Por lo cual hemos echado mano a todas las fuentes (disciplinarias) existentes hoy por hoy que nos pudieran aportar datos en relación a nuestra investigación y sus propósitos, inclusive más allá de los texto como es por ejemplo el caso de aquellos contenidos disponibles en el soporte *internético*.

Aunque es evidente que en nuestra intención, dado el requerimiento de esta clase de esfuerzos intelectuales y académicos que intentan abordar todo lo producido sobre un tema en específico -procurado respetar al máximo este requisito- nos hemos centrado más selectiva y específicamente en aquellos autores y contenidos que iban necesariamente en la dirección de nuestra necesidades investigativas; pues, entendemos que no se trataba de realizar compendios ni de hacer “un trabajo sobre otros trabajos”, como diría Manuel Castells (2010: 26). Algunos de ellos, por lo demás, como es el caso del mismo Noam Chomsky, que figura entre los autores vivos más citados después de Marx, Lenin, Shakespeare, Aristóteles, la Biblia, Platón y Freud (Pinker, 2001b), han dedicado, si no gran parte, una parte importante de su obra a estos temas, por lo que se trata de analistas (hiper)especializados en los temas.

Una concreta y más acotada discusión conceptual respecto de estos fenómenos tal vez hubiera bastado, pero decidimos correr el riesgo de sobrepasar con creces las necesidades más concretas y específicas de la investigación porque consideramos que ello es también parte –y sustancial– de la misma; especialmente cuando se trata de

articular conceptos de una notable complejidad, como lo son en realidad todos en ciencias sociales. Hoy, sin temor a exagerar, gracias a la investigación desarrollada en torno de estos fenómenos (profundamente humanos), somos capaces de ver el mundo en una dimensión y perspectiva superior, por no decir que nos cambió en cierto sentido y hasta cierto punto nuestra mirada del mundo y de la vida. Ello porque -siguiendo a Foucault- estamos convencidos de que al fin y al cabo este tipo de esfuerzos, en última instancia, dan cuenta de uno mismo; y porque, parafraseando a Giordano Bruno, entendemos que el conocimiento, así como los estudios y titulaciones, francamente, no sirven de nada si no consiguen ayudarnos a ser mejores personas, más sabias, más dignas y, en definitiva, más libres.

Una segunda cuestión que nos parece interesante de destacar a nivel epistémico es la idea foucauldiana de “pensar la historia”, que corresponde a un trabajo de “arqueología” a través de los intersticios de la misma -como plantea Foucault en *Arqueología del Saber* (1969)- ; y que, paradójamente, no piensa la historia contra el pasado ni contra el presente sino de cara al futuro; de cara a “lo intempestivo” de que habla Nietzsche (“el acontecimiento” de Deleuze y “el jugar filosófico” de Diógenes). Y que, más allá de la labor historiográfica (tradicional) y de la filosofía de la historia, nos hace trascender los designios de la *verdad oficial* poniendo en el centro del debate historiográfico las pulsiones individuales y el *relato de los vencidos*. Hablamos, además, de la suerte de escrituración a “contrapelo” (*gegen den Strich*) que, del mismo modo, representa la *visión de los vencidos* de que habla Benjamin en *Tesis sobre la historia* (1940), y que se corresponde, en última instancia, con la “historia social” del profesor Gabriel Salazar, cuyas tesis, en este sentido, también suscribimos. Cuestión que, por lo demás, nos parece una excelente manera de contar la historia y la vida social, pues no olvidemos que todo tiempo y toda sociedad igualmente, más allá de los mecanismos de censura y la represión, ve solo lo que puede ver -como diría Foucault- pero que debe ser capaz de contar todo aquello que es capaz de ver (“lo decible” de Deleuze (2005)).

Todo ello de cara a la escasa, por no decir la absoluta incapacidad, de asimilación que ha demostrado nuestra sociedad respecto de *acontecimientos* como el proceso de la Revolución Chilena que desembocó en el gobierno del Presidente Salvador Allende y la Unidad Popular. Una clase de “fenómenos históricos” -como puede ser perfectamente la

experiencia del París 68 o de la II República española- de una naturaleza otra que poseen siempre una parte irreductible a los determinismos sociales (Deleuze, 2007). Se trata de *dispositivos colectivos* -aunque operan también al interior del individuo-, *creativos* y de “videncia social”; una suerte de artefactos (sociales) que las sociedades se brindan cuando hacen un alto en su devenir histórico advirtiéndolo que tienen de intolerable y al mismo tiempo visualizando las posibilidades de otorgarse algo distinto: una nueva realidad, un nuevo estado social capaz de conectarse con cierta pulsión y de dar respuesta a nuevas subjetividades de los tiempos (Deleuze, 2007).

Ahora bien, en segundo nivel de conclusiones generales, pero entrando en concreto a los propósitos mismos de nuestra investigación, lo primero que cabría destacar en este sentido es que, contrariamente a lo esperable, a lo largo del quehacer de nuestro trabajo **no estamos en condiciones de corroborar aquello que se ha instalado como una incuestionable verdad histórica** y que señala, concretamente, **que la operación de propaganda orquestada por la CIA y vehiculizada a través del periódico *El Mercurio*, probablemente contribuyó de manera decisiva al sangriento derrocamiento del gobierno de Allende y al quiebre de la democracia chilena** (Bigwood, 2008). Ello, principalmente, porque **no hemos encontrado evidencias empíricas concretas respecto de aquello que indica que en el diario *El Mercurio* prácticamente no había día en que sus artículos** (que, según esta versión dominante de los hechos, muchas veces redactaba la propia CIA, al igual que sus editoriales, como ha señalado en más de una ocasión Armando Uribe (Larraín, 2011)) **de un modo u otro no llamara a la sedición**, como ha sostenido, por el ejemplo, Carlos Altamirano (Salazar, 2010: 291).

Afirmaciones respecto de las cuales podemos señalar, *a priori*, que se trata de supuestos un tanto problemáticos, especialmente, por su no fácil justificación (comunicacional), ya que ello supone –al margen del quehacer comunicacional propio– aceptar la idea de que en la práctica este periódico tuvo una influencia y una capacidad de convocatoria y movilización que en los hechos no pareció tener nunca -como ningún otro medio de comunicación en realidad-. Especialmente si tenemos en cuenta el contexto en el cual se sitúan los hechos que nos habla de una sociedad plural, altamente ideologizada y, más aún, polarizada en extremo (Castells, 1974; Touraine, 1974); como,

asimismo, los posicionamientos y los *target* y consumos específicos de este medio. Del mismo modo, consideramos que se trata ésta de una versión un tanto facilista y de un apriorismo (hiper)ideologizado que, lejos de dejar mal parado a *El Mercurio* -como podría creerse- lo sitúa en los hechos ante los acontecimientos en la inmejorable posición de “hacedor de reyes” o como “restaurador del orden” en tiempos de caos. En otro fragmento del citado discurso con motivo del aniversario del diario en cuestión del año 2000, Agustín Edwards deja muy clara esta idea de *El Mercurio* como (“obligado”) “restaurador del orden” cuando señala:

Para nuestro diario han sido siempre valores intangibles la separación e independencia de los poderes del Estado, la generación popular y periódica de las autoridades políticas y las libertades públicas. Especial énfasis, naturalmente, ha puesto en la defensa de la libertad de expresión. Se podría observar que *El Mercurio* de hecho aceptó y aun apoyó gobiernos surgidos de la fuerza, como en 1891, 1924, 1925 y 1973. Pero en cada uno de esos momentos **actuó considerando las circunstancias excepcionales que afectaban a la sociedad chilena, impulsando, dentro de sus posibilidades, el retorno a la institucionalidad democrática permanente del país.** *El Mercurio* ha convivido con todos los regímenes, sin renunciar a sus principios y bajo la premisa de que aquellos de facto eran consecuencia de los errores de la política civil y serían transitorios (Herrero, 2014: 532) [el destacado es nuestro].

Un argumento que explica, por una parte, de algún modo, la ya tradicional ceremonia de fotografiarse con su dueño -al más puro estilo de la ceremonia de besar el anillo- por parte de todos los candidatos(incluidos conservadores y los más díscolos) en cada campaña presidencial que se ha verificado en Chile desde el fin del régimen dictatorial (1990) a la fecha; y que, por otra, se justifica en la abierta convergencia de la Concertación (conglomerado de partidos de centro y centro-izquierda que lideró la transición chilena) hacia posiciones neoliberales (Boeninger, 1997) y a su consecuente acercamiento a los Estados Unidos. Cuestión que se evidenció -aún más- en la ostensible proximidad de las relaciones que establecieron algunos de los candidatos concertacionistas (Concertación de Partidos por la Democracia) con el Council of the Americas, sucesor del Business Council de los años sesenta y fuertemente vinculado al magnate estadounidense David Rockefeller, uno de los viejos amigos y socios de *Doonie*, Agustín Edwards (Herrero, 2014).

Ello se tradujo, en última instancia, en todo el apoyo económico que, directa e indirectamente, ha recibido este importante medio de comunicación por parte de todos los gobiernos democráticos que sucedieron a la dictadura de Pinochet (teniendo en

cuenta su situación de virtual quiebra que se prolongaba desde los ochenta, cuando fue rescatado por la dictadura), en desmedro de los medios progresistas surgidos bajo el régimen dictatorial que terminaron muriendo finalmente. Un oscuro panorama que termina caracterizando el actual sistema de medios de comunicación existente en el Chile de hoy, cuya propiedad aparece fuertemente concentrada en unas pocas y poderosas manos ligadas a los sectores más conservadores y a las elites de poder chilenos (Herrero, 2014; Póo y Portales, 2008)¹⁸⁰. Y, peor aún, creemos que ello ha impunizado la efectiva responsabilidad que le cabe al señor Edwards por ser uno de los principales artífices del golpe de Estado, así como en las graves violaciones de los derechos humanos cometidos con posterioridad (Lagos, 2009). Una situación de impunidad (absoluta) que ya no dejó cabida a la justicia (aun cuando fuera restitutiva), al arrepentimiento y al perdón (Montoya y Pereyra, 2000); al estilo del perdón que –por mucho menos- pidió *The New York Times* a sus lectores por servir como caja de resonancia de la llamada gran mentira de Bush con motivo de la invasión a Iraq (2003). Por lo que no nos queda más que suscribir aquello de que “la justicia cuando tarda, no es justicia”, por no decir derechamente, parafraseando a Marcel Schwob, que “toda justicia que tarda es injusticia”.

En concreto, respecto de los juicios (históricos) que se han vertidos en relación a la *performatividad* de *El Mercurio* durante la UP, diremos en segundo término que **no hemos encontrado, en lo que respecta al examen de las páginas de portada y editorial, ninguna evidencia explícita que ratifique de algún modo las referidas afirmaciones**. Un hallazgo que se perfila y postula como una importante y significativa contribución histórica, a nuestro entender, pues puede convertirse -al menos- en el tiempo en un genuino aporte al proceso de des-entrabar el virtual cerco de inhibición investigativa que ha existido durante las últimas décadas respecto de *El Mercurio*, como de la Revolución Chilena y del período de la Unidad Popular en sí. Ello, porque estamos convencidos de que ciertas construcciones míticas, verdaderos apriorismos histórico-ideológicos, que muy probabalmente al carecer de la suficiente distancia como para

¹⁸⁰Según el periodista Víctor Herrero (2014) al inicio de la transición la Concertación de Partidos por la Democracia, la coalición de centro izquierda que asumió el gobierno tras la derrota de la dictadura en el plebiscito del 88, virtualmente dejó morir al diario *La Época* (julio de 1998), en cambio cerca del 80 por ciento del avisaje publicitario del aparato público destinado a los medios escritos iba parar a las cadenas de *El Mercurio* y Copesa.

discernir entre la *ebullición* de un momento dado y el auténtico acontecimiento en sí (Mouchon, 1999), han producido un efecto desbastador en el tema, al mismo tiempo que instalando la sensación de que está todo dicho y des-incentivando, por ende, la realización de nuevos estudios sobre la materia.

Algo que por lo demás repercute de algún modo, inevitablemente, de forma negativa en el tema del esclarecimiento de la realidad de los hechos respecto de la tragedia de Chile y del establecimiento de una verdad (histórica) construida colectivamente y compartida por todos. Lo cual es importante no solo por una cuestión en sí (de exactitud) histórica, sino también por la imperiosa necesidad de comprender plenamente las lecciones (de futuro) que entrega –o debiera otorgar– una de las tragedias políticas más importantes de América Latina (el mito fundacional de Chile, como diría el escritor Javier Cercas) de la Guerra Fría y el respecto del papel que le cupo específicamente al periodismo en ella.

Por otra parte, habiendo inferido a partir del estudio en profundidad del Informe Church (1975) un conjunto de orientaciones discursivo-manipulativas diseñadas por la CIA y estatuidas en el marco de los llamados *discursos legitimadores* del poderío imperial estadounidense (Vanaik, 2010: 10), que denominamos instrumentalmente para efectos de este estudio como Pauta Propagandística-Desinformativa, efectivamente **hemos podido corroborar fehacientemente**, a lo largo del análisis empírico concreto de la totalidad de la muestra (portadas y editoriales) del diario *El Mercurio*, **una casi perfecta correlación entre la línea editorial de este medio de comunicación y los contenidos recomendados por dicho plan desestabilizador (discursivo-manipulador)**. Una conclusión a la que por lo demás han arribado, de un modo u otro, otras investigaciones realizados con anterioridad en este mismo sentido, como es el caso de la practicada por uno de los más importantes asesores y allegados al presidente Allende, Joan E. Garcés (1976: 261).

No obstante, *El Mercurio* se encargó de manera sistemática de vehiculizar, al menos hasta donde hemos podido advertir -en sus páginas de portada y editorial-, **un encuadre (manipulador) de los hechos mediante una determinada estrategia retórico-persuasiva**, intentando sintonizar con el alma de Chile que mayoritaria y tradicionalmente ha rechazado los extremos, **que se hizo cargo de presentar al gobierno de la UP como un gobierno incapaz y absolutamente desbordado y**

sobrepasado por el *caos* y la *violencia*. Ello en lugar de formular un llamado explícito a la sedición e insultar y descalificar la figura del presidente de la República, como se ha sostenido equivocadamente, a nuestro entender. En efecto, más específicamente, se trató de una cuidadosa y bien articulada estrategia comunicativa (manipulativa), teniendo en consideración el contexto (revolucionario y de una enorme convulsión social) chileno y la época (Guerra Fría), en la cual este diario, haciendo gala de sus aires de “gran prensa” al estilo de *The Times*, *The New York Times*, *The Guardian*, etc., y de cierta pretendida objetividad (procedimental) y desapego (Sunkel, 1983: 101) frente el acontecer noticioso, enmarcó los hechos –al margen del rigor periodístico, la imparcialidad, la neutralidad y el desapego– con el fin de legitimar una determinada construcción de la realidad social como verdad única a favor de poderosos intereses, sobre la base de los antes mencionados conceptos del *caos* (desorden) y la *violencia* (y la *destrucción*). Tanto es así que, por ejemplo, el 49,5% de los contenidos periodísticos del total de la muestra estudiada están vinculados a la *violencia política*, que el 62% de las portadas nacionales estaban acompañadas de una imagen (retórica semiótica) relativa a la *violencia política* y, finalmente, que del total de noticias clasificadas como *violencia política* el 89% están (re)asignadas a la ideología de izquierda, representada en nuestro caso, claro está, por el gobierno del presidente Allende y por los partidos de la coalición que le apoyaban.

De tal modo que, valiéndose de la supuesta objetividad periodística, *El Mercurio* articuló una calculada estrategia retórica para validar y legitimar su propia construcción histórica y enmarcar arbitrariamente, ante el imaginario colectivo, los acontecimientos políticos específicos. Lo cual, también a nuestro entender, más que hacer una contribución decisiva o significativa a la creación de un atmósfera tal que eventualmente propiciara el golpe de Estado (Dooner, 1989), sí contribuyó -en buena medida- históricamente a dar sustento discursivo legitimador / justificador al golpe de Estado (Garcés, 1976: 263). Ello, amparado en el antes mencionado autodesignado rol de “salvador del alma nacional” (Durán, 1982) postulado por su dueño, Agustín Edwards (“tuvimos que defendernos y defender las instituciones del país”; Correa, 2010: 268); y que en la práctica no representa sino una defensa a ultranza de la economía de libre mercado y los valores de una sociedad oligárquica que llegaba a su fin, tal y como plantea Oscar Guillermo Garretón (Agüero, 2008).

Por lo que, si bien es cierto que *El Mercurio* llevó a cabo una función **propagandístico-desinformativa** –algo que efectivamente confirman nuestros datos– y de **“agitación”** contra el gobierno del Presidente Allende, lo hizo estrictamente bajo el sello des-estabilizador del encuadre antes descripto. En este sentido pueden resultar muy útiles y esclarecedoras las palabras vertidas por Jack Devine, un exagente experto comunicacional por entonces encargado de medios de la CIA en Santiago de Chile:

[*El Mercurio*] nunca utilizó la propaganda para engañar deliberadamente a los lectores acerca de las políticas económicas del gobierno de Allende, pero entre líneas, se hizo hincapié en historias sobre ataques del gobierno de la propiedad privada, las acciones ilegales y violentas de ciertos segmentos de la coalición en el poder, y el fantasma del disgusto económico (Devine, 2014).

Unas declaraciones que, a nuestro parecer, constituyen a todas luces una verdad a medias (que es una forma de mentira). Porque no obstante, lo que hizo *El Mercurio*, si bien no corresponde en *stricto sensu* al tipo de *propaganda* a la que él se refiere; en cambio, **mediante su hábil manejo del encuadre y su pretendida objetividad y aires de la gran prensa** (Sunkel, 1986: 101), **sí corresponde a una suerte de construcción discursiva desinformativo (-mentira)deliberada y masivamente transmitidas a la opinión pública chilena, mediante una serie de mecanismos y estrategias propias del discurso persuasivo-manipulativo**, como hemos intentado significar y (re)presentar en nuestro análisis crítico (ACD). De modo tal que su versión de los hechos se hizo creíble, precisamente, gracias a esta cuidadosa -y bien articulada- utilización manipulativa del ritual de la objetividad periodística, en tanto estrategia discursivo validadora de una determinada cosmovisión del poder. No olvidemos, dirá Mattelart que “la ideología, al parecer ausente, actúa más eficazmente a través de su carácter difuso que tiene nombre de objetividad” (1970: 81).

Todo ello, mientras que algunos diarios de izquierda (*periodismo de barricada/trinchera*), en términos generales, adoptaban posturas abiertamente panfletarias y propagandísticas e incluso rayanas en la descalificación y el insulto fácil de sus oponentes (Dooner, 1989). Como prueba de lo cual tenemos, por ejemplo, las históricas portadas del diario *Puro Chile* con el legendario “Enano maldito” como el **“Les volamos la ra... ja-ja-ja-ja-ja-ja...”**¹⁸¹ de al otro día del triunfo de Allende del 4 de septiembre; y otra de a los pocos días después de ser electo el presidente Salvador

¹⁸¹Raja en el argot popular chileno significa vulgarmente culo.

Allende por el Congreso Pleno: “¿Saben qué más? Todos ustedes, momios¹⁸², son unos hijos de perra” (Bernedo y Porath, 2003-2004).

Figura 37. “El enano maldito”, *Puro Chile*, Septiembre 5 de 1970. Portada.



Fuente: Hemeroteca Biblioteca Naciona

¹⁸² Vocablo con el cual despectiva y coloquialmente se designaba a la gente de la derecha política.

Figura 38. Diario *Clarín*, martes 11 de septiembre de 1973.



Fuente: cedida por el Diario *Clarín*. Esta es la portada de Clarín preparada para ese día y que no llegó a ver la luz, en donde se advierte el tono irreverente, jocosos y de doble sentido (picaresco-sexista) de su discurso periodístico en el “pasarlas por las armas” y en el “tenemos muy buenos cañones”.

El Mercurio, muy por el contrario -y contrariamente a lo se nos ha hecho creer durante todo este tiempo- **mantuvo pese a todo el tono solemne de la “objetividad” - aunque muy en su estilo- con el que pretendió distanciarse inclusive de otros medios de comunicación controlados por la derecha y el centro político, más ideologizados e igualmente en dura campaña contra el gobierno de la Unidad Popular** (Fagen, 1974: 62). Muestra de ello es que, en términos generales, se refiere al gobierno como “Supremo Gobierno” o “el Gobierno” sin más; como asimismo a la figura del presidente Allende, al que casi en la totalidad de las veces alude como “Excelentísimo señor Presidente”, “Presidente de la República”, etcétera, hasta en los peores momentos y de mayor tensión política. Y lo hizo, claro está, utilizando siempre selectivamente (manipulativo-persuasivamente) las fuentes y hechos, para asignarle al gobierno de Allende la referida imagen de una administración -al poco de iniciado su mandato- absolutamente incapaz y de estar completamente sobrepasada y fuera de control y, por último, de ser responsable de la *violencia*, la *agitación* y el *caos* (económico, político y social) (Mattelart, 1971); como igualmente concluye Joan E. Garcés (1976) en su referido estudio.

No olvidemos, por otro parte, que dichos aires de gran prensa y pretendida objetividad que adoptan algunos medios de referencia, especialmente bajo determinadas circunstancias, en muchas ocasiones no representan más que un ritual (retórico) estratégico tendiente únicamente a validar y legitimar una determinada cosmovisión de ciertos hechos y acontecimientos (Tuchman, 1972: 660). En este sentido cabe recordar el proceso de cooptación sufrido por la prensa en el periodo de la Revolución Industrial en función del nuevo orden social burgués establecido (Hudec, 1980). Por lo que resulta lógico entender -y no debería siquiera extrañarnos- que *El Mercurio*, en un proceso revolucionario y de convulsión social como el vivido en Chile por entonces, en donde se veían seriamente amenazados los intereses y el *status quo* que abiertamente declaraba representar y defender, se pusiera enteramente a disposición del orden social y económico amenazado y de las visiones de mundo hegemónicas expresadas en este escenario de conflictividad social y política (Mattelart, 1971).

En síntesis, diremos que, contrariamente a los supuestos (históricos) más divulgados que se han formulado en este sentido, estamos en condiciones de afirmar categóricamente -al menos en lo que respecta a las páginas de portadas y editoriales- **que *El Mercurio* no hizo un llamado abierto a la sedición contra el gobierno de la UP ni profirió insultos y descalificaciones contra la figura presidencial ni contra su gobierno. Lo que hizo -dicho una vez más- fue presentar ante la opinión pública chilena un determinado y sistemático en-cuadre (*framing*) de los acontecimientos en términos del *caos* y la *violencia* (y la *destrucción*); de lo cual en última instancia le (re)asignaba la responsabilidad absoluta al gobierno de Allende y /o a sus seguidores, al mismo tiempo que presentaba el golpe militar como algo inevitable y hasta e imprescindible.** Por lo que aquí cobra especial sentido el adagio popular inglés que otorga el título al presente esfuerzoy que señala “*there's more than one way to skin a cat*” (hay más de una manera de pelar un gato).

Un buen ejemplo de lo anterior, representa a nuestro entender el editorial –analizado anteriormente– que publicó con motivo de la intentona golpista del 29 de junio de 1973, conocida como *El Tancazo* o *El Tanquetazo* y protagonizada por el Regimiento Blindado N° 2 a cargo del Teniente Coronel Roberto Souper, en el cual *El Mercurio*, lejos de condenar una insurrección golpista contra un gobierno constitucional, lo que insólitamente hace, desinformando, descentrando y desvirtuando por completo las circunstancias y los hechos, es “celebrar” que la sublevación militar eventualmente habría evitado un supuesto alzamiento popular contra el orden institucional por parte de los partidarios del gobierno, luego del llamado del Presidente Allende (formulado) en este sentido.

Ello mediante el uso de la estrategia manipulativa de la *reasignación de la responsabilidad* al otro (Van Dijk, 2009), es decir, responsabilizando explícitamente de los hechos al gobierno (en la figura del presidente) y sus partidarios (sindicatos y partidos políticos) –víctimas del alzamiento sedicioso-; a quien acusa directamente de estar alentando y armando a los grupos de izquierda para el combate callejero y la guerra civil. Junto con denunciar la existencia de armas donadas por “países estrechamente vinculados a la empresa revolucionaria del gobierno”, presuntamente la Unión Soviética y Cuba. Esto, dicho sea de paso, en un momento en el que la “conversación cotidiana” y el sentido común (Berger y Luckmann, 2001), que otorgan significado al lenguaje social en un determinado contexto sociopolítico (Gee, 2004: 72),

estaban claramente definidos por los puntos de vista geopolíticos y el enfoque anti-comunista propio del período de la Guerra Fría (Vanaik, 2010; Stonor Saunders, 2013; Judt, 2006).

Otro ejemplo del uso del encuadre (*framing*) *desinformativo-persuasivo-manipulativo*, esta vez mediante el recurso de la in-visibilización que desarrolla *El Mercurio*, representa el hecho de que con posterioridad a la intentona golpista del *Tancazo* -concretamente en la noche del mismo día 29 de junio de 1973- tuvo lugar en las calles de Santiago de Chile una manifestación de apoyo al gobierno que se transformó a la postre en una de las más masivas concentraciones de ese tipo de la historia política de este país (Agnic, 2008); en la cual desfilaron hasta altas horas de la madrugada, bajo el eslogan “No a la guerra civil”, más de un millón y medio de simpatizantes de la UP –según diversos testimonios y fuentes consultados– enarbolando las consignas de “Allende, Allende, el pueblo te defiende” y “A cerrar, a cerrar, el Congreso Nacional”, frente al Palacio de la Moneda, en donde tuvo su improvisado epicentro, y desde uno de cuyos balcones el Presidente Allende pronunció uno de sus más recordados y enconados discursos (Guzmán, 1975):

Haremos los cambios revolucionarios en pluralismo, democracia y libertad, lo cual no significa, óiganlo bien, lo cual no significa ni significará tolerancia contra los antidemócratas, tolerancia contra los subversivos ni tolerancia, jamás, con los fascistas, camaradas... (La huella de Chile, 2008).

Todo un suceso que no obstante, a juzgar por las páginas del diario *El Mercurio*, para los chilenos, como igualmente ocurrió con el comentado caso de la Guerra de Vietnam, prácticamente es como si nunca hubiera existido.

Figura 39. Masiva concentración del 29 de junio de 1973, frontis del Palacio de la Moneda.



Fuente: Cedita por su autor, Fernando Velo, de su archivo personal.

En lo que a nuestra opinión respecta, por lo demás, **el referido encuadre (*framing*) que desarrolla *El Mercurio* constituye una “contribución” mucho más potente incluso que el referido rol que se le asigna**, más o menos generalizadamente, **respecto del golpe de Estado**, descartando por completo aquello que lo sindicaba como el máximo responsable y artífice del golpe, porque históricamente, además, en nuestra opinión esta versión simplemente no resiste análisis; **ya que –como hemos señalado– los ecos de esta versión de los hechos aún**, luego de más de cuatro décadas, **resuenan en el imaginario político colectivo y en las representaciones sociales que se tiene acerca de esa época y del gobierno de la UP. Incluso, en determinadas circunstancias, entre las voces mismas de la izquierda (pro) allendista** (Sigmund, 2011: 175; Gilmor, 2013). Con lo cual estamos claros, parafraseando a Tolstói en su obra cumbre de *La Guerra y la Paz*, con eso de que todo individuo que desempeña un papel en la acontecer histórico nunca entiende su significado.

Un argumento que convierte la intervención/contribución de *El Mercurio* impensada y catastróficamente –en el sentido de la teoría del caos– en algo considerablemente más rotundo y decisivo que el (supuesto) ostensible llamado a la sedición y la simple descalificación y el insulto fácil, por sus profundas implicancias políticas e históricas.

Cuestión, que por lo demás, se hubiera ido fácilmente desvirtuando y desvaneciendo en el tiempo (como esperamos que empiece a ocurrir a partir de ahora). A diferencia de lo anterior, que inexorablemente ha quedado grabado a fuego, incluso más allá del relato historiográfico tradicional y de los referidos sectores más politizados (clase política) y conservadores de la sociedad chilena: en el imaginario histórico popular de Chile. Como hemos podido constatar a lo largo del desarrollo del presente esfuerzo investigativo.

En efecto, hoy prácticamente en la sociedad chilena no existe otro imaginario y representación social alguna respecto de ese período que no sea la del encuadre del *caos*, la *violencia* y la *destrucción*; en virtual de lo cual se ha levantado, además, en la conciencia popular la tesis histórica de la inevitabilidad del golpe de Estado. **Por lo que el verdadero, significativo y decisivo “legado” *El Mercurio* se remite en definitiva - nada más y nada menos- a la “conservación de una [cierta] memoria histórica popular”** (Brown-Bernstein, 2009: 8) del acontecimiento y de los hechos. De ahí la importancia mayor que reviste este tema para el esclarecimiento de las reales circunstancias que rodearon y lo que efectivamente implicó la *performance* comunicacional llevada a cabo por este diario en ese período que desembocó en la tragedia de Chile (Memoria, 2013). Lo cual ha tener en cuenta -una vez más- aquello de “que existe más de una manera de pelar un gato”, contrariamente a ciertos determinismos, ciertas maneras únicas, lineales o unilaterales respecto de la ocurrencia de los hechos y fenómenos a que nos tienen tan acostumbrados desde nuestra más tierna infancia; y que, de algún modo, descansan en nuestra manida tendencia a la “reducción de la complejidad” social (Luhmann, 1990). Una cuestión que en última instancia habla más de nuestras enormes limitaciones biológicas que poseemos como especie (Maturana y Varela, 1992) que de nuestras maneras de entender la historia y la vida individual y en sociedad.

Finalmente, se trata de una versión que ha contribuido, de algún modo, a perpetuar el (falso) mito de la *violencia* y el *caos* (y la *destrucción*) en torno a cualquier proyecto que pretenda desafiar en ese país del sur del mundo el *status quo* neoliberal. En este sentido Chomsky y Herman (2005) dirán que esta suerte de estrategias anticomunistas, que se iniciaron con la “caza de rojos” de la era Truman-McCarthy, han servido de verdaderas cortinas de humos para instalar el modelo que se está aplicando en el mundo,

no obstante usa impropiedades (con el mazo dando) en vez de análisis y como práctica discursiva se considera legítima por más deleznable que sea. Cuestión que hemos podido advertir en las narrativas periodísticas encargada de retratar, por ejemplo, los atentados ocurridos en Santiago de Chile durante el 2014, los cuales han sido representados en los medios derechistas (de la cadena de EL Mercurio) como **actos terroristas perpetrados por anarquistas y sectores comunistas que quieren acelerar y profundizar las reformas realizadas por el ala más de izquierda actual gobierno** (Matus, 2014; Rojas, 2014). Un relato que a la luz de nuestros hallazgos inequívoca y preocupantemente parece invocar la retórica mercurial de los tiempos de la UP en pleno siglo XXI.

Por lo anterior cabe preguntarse: ¿Qué más podríamos argumentar al calor de todo lo anterior, respecto de lo que hizo –o no– *El Mercurio* durante esa época, que no hable más acerca de cómo entendemos la *objetividad periodística* (y las retóricas persuasivo-mediáticas) que respecto de lo que realmente ocurrió en Chile en esos días y del verdadero rol que le cupo a este importante medio de comunicación en todo aquello? Es por lo cual que **nos resulta prácticamente insostenible comunicacionalmente plantear que el diario *El Mercurio* haya sido un detonante y hasta el responsable directo del (sangriento) golpe de Estado**, como han planteado durante todo este tiempo no pocos importantes analistas de la talla de Naomi Klein y Peter Kornbluth. **Toda vez que se trató por lo demás**, coincidiendo plenamente con la tesis expresada por Joan Enric Garcés (UAH, 2013), **de un golpe gestado por una cúpula militar sediciosa que mediante un acto de (alta) traición rompe la tradición democrática de las FFAA (doctrina Schneider) y con el orden institucional y democrático de Chile**.

En efecto, no se trató de una sublevación popular o un estallido social que hizo caer a Allende, al estilo de la Libia de Gaddafi o de la Ucrania de Yanukovich, por ejemplo; motivada, principalmente, por una muy eficiente y cuidadosa campaña manipulativo-persuasiva vehiculizada a través de los medios de comunicación –y muy especialmente por *El Mercurio*– que buscaba mediante el *boicot* o guerra económica (desabastecimiento/acaparamiento) y el *caos*, básicamente, instalar en las masas de la opinión pública chilena la idea de un gobierno ineficiente y completamente sobrepasado por los acontecimientos al que había que tumbar a toda costa mediante el buscado estallido social. Empero de lo que sí se trató, efectivamente, fue de **un contundente y**

eficiente evento de coacción propiciado (e inspirado en la táctica nazi de combate *guerra relámpago* o *Blitzkrieg* de la *Wehrmacht* (Der Heeres))¹⁸³ (Rojas, 1974) – insistimos- **por un acto de alta traición facilitado por fortuitas y desgraciadas circunstancias**. Nos referimos a las sorpresivas e inesperadas renunciadas de los generales Guillermo Pickering y Mario Sepúlveda, justo después de la renuncia del general Carlos Prats, que a su vez se produjo debido al hundimiento anímico y moral de este alto oficial castrense, motivado por la afrenta sufrida a manos de las esposas de seis de sus generales sediciosos (UAH, 2013). Todos ellos reconocidamente respetuosos del orden constitucional y garantes de la profesionalidad de las FFAA.

La importancia y, al mismo tiempo, la gravedad que reviste este hecho, radica en que **sin la existencia de este acto de alta traición simplemente no hubiera existido ni hubiera sido posible el golpe de Estado del 11 de septiembre**, prueba de ello es el fracaso de las tres intentonas fallidas que tuvieron lugar con anterioridad al martes 11 de septiembre de 1973. Escaramuzas de orden castrense en donde *El Mercurio*, comunicacionalmente -como la del 11 de septiembre- no tuvo arte ni parte. No así su dueño, Agustín Edwards (*Doonie*), que estuvo vinculado, como sabemos luego de todo el material desclasificado, al golpismo desde el minuto cero. Un detalle no menor, toda vez que, aunque parezca una perogrullada de proporciones, durante todo este tiempo a ratos da la impresión de que se confunden –intencionalmente o no– las acciones cometidas por su dueño, el señor Edwards, claramente sediciosas y conspirativas al más alto nivel, con las estrictamente comunicacionales emprendidas por su diario en tanto medio de comunicación, en función de su actividad retórico-periodística. Las siguientes declaraciones de Joan E. Garcés nos parecen absolutamente reveladoras de lo referido anteriormente:

En Chile en 1973 mientras el jefe del Ejército no se plegó al golpe no era posible que triunfara el golpe. Amotinamientos los había habido, ya lo he dicho antes, y hubiera podido haberlos, también, pero el golpe no podía triunfar sin el Comandante en Jefe del Ejército. Entonces la traición del Comandante en Jefe del Ejército es clave para explicar la tragedia que ha vivido Chile desde entonces. Y entenderán ustedes por qué yo pedí la detención y enjuiciamiento (...) por los crímenes contra la humanidad que cometió como consecuencia de esa alta traición (UAH, 2013).

¹⁸³ La inspiración nazi de los militares golpistas se hizo explícita a partir de las primeras declaraciones que formularon varios de los protagonistas del golpe de Estado como los generales Leigh (por la *Luftwaffe*) y Palacios, quienes no ocultaron –sorprendentemente– la admiración por el nazismo. Ello quedó reflejado un abundante material audiovisual existente de las entrevistas concedidas a medios de comunicación europeos (franceses, españoles, alemanes)

Palabras que se ven refrendadas en las declaraciones del principal protagonista de la alta traición, Augusto Pinochet, formuladas con anterioridad al golpe de Estado y quien con ellas refuerza plenamente esta tesis:

Por favor, señores, bajen la presión. He pedido en todos los tonos que los diarios no titulen incitando a la violencia. Les solicito nuevamente que asuman serias responsabilidades con un mayor nivel de conciencia pública frente a los problemas que estamos viviendo. ¿Qué quieren? ¿Una guerra civil? Porque golpes de Estado no ocurren en Chile (citado en Azócar, 1999: 96-97).

En este mismo sentido están, además, las declaraciones de otro de los militares que lideraron el golpe de Estado, el general del aire Gustavo Leigh, quien reconociendo la definición constitucionalista de las Fuerzas Armadas chilenas señaló el 22 de septiembre de 1973 al diario *La Prensa* de Buenos Aires, que el principal obstáculo que encontraron para arrastrar al grueso de las FFAA tras la idea del golpismo fue el tener que derrocar a un gobierno constitucional. El golpe de Estado, por otro parte, siguiendo nuestra propia línea argumental, en tanto recurso extremo, no representa sino una demostración fehaciente del **fracaso del gobierno de los Estados Unidos, la CIA y sus socios de la derecha y la oligarquía chilena y *El Mercurio* en la batalla por las mentes y los corazones del electorado chileno** (guerra comunicacional); pese al enorme esfuerzo materializado en su tarea de sabotaje económico, político y subversivo, y la danza de millones gastados en acciones encubiertas de todo tipo, incluidas las comunicacionales, destinadas a socavar la credibilidad y predicamento de las ideas del proceso liderado por revolución chilena que encarnaba la UP de Allende.

Para ello basta tan solo remitirse a los citados trabajos de Armand Mattelart, cuyos pasajes dan cuenta de la magnitud del influjo de los medios en los acontecimientos y en la opinión pública chilena de entonces, especialmente de la televisión, seguida de la radio. De tal modo –insistimos– que mal pudiera *El Mercurio* este medio haber jugado el rol de detonante del golpe de Estado, toda vez que la estrategia persuasivo-manipulativa al calor de los hechos resultó ser un rotundo fracaso. En cualquier caso si lo que primó en los tiempos de la UP fue el caos, como Walter Lippmann señaló en relación a la –en su opinión– mala cobertura mediática que se hizo de la Revolución Rusa de 1917, que lo más difícil de reportar es el caos, no solo porque se trate de un caos en evolución, sino por el hecho de que durante estos períodos la formulación de noticias recae inevitablemente “en manos de los censores y propagandistas” (Lippmann, 2003: 354).

Una prueba al canto del fracaso del plan de manipulación persuasiva puesto en juego es el hecho de que Allende y su coalición de gobierno, pese a todo el desgaste producto del boicot (económico) y el sabotaje de que fue objeto, es que si bien es cierto no ganó las elecciones posteriores a las presidenciales de 1970, sí aumentó en todas ellas sustancialmente el porcentaje de votos del 36,6% obtenido en estas. Estamos hablando de las municipales de abril de 1971 (50,86%) y de las parlamentarias de marzo de 1973 (43%) (Martínez, 2009; Corvalán, 2003). Incluso cabría referirse -una vez más- como evidencia de lo anterior la manifestación de apoyo al gobierno que tuvo lugar en Santiago de Chile la noche del 29 de junio con motivo de la intentona golpista del *Tancazo*, en donde el gobierno, en una clara demostración de fuerza social, sacó a la calle a más de un millón y medio de simpatizantes (Guzmán, 1975). Estamos hablando de un Chile de principios de los setenta de poco más de 8 millones de habitantes.

El 11 de septiembre de 1973, Víctor Jara, el conocido cantautor que fue asesinado en el Estadio Chile por los militares golpistas a los pocos días del golpe de Estado (Cuevas, 2009), mientras veía aquella mañana gris de finales de invierno caer las bombas sobre el vetusto Palacio de la Moneda en Santiago de Chile hizo el siguiente comentario, como una evidencia más de lo que señalamos, según el testimonio de Víctor Canto que se encontraba con él en ese aciago momento: “Si no hubiéramos estado ganando esta batalla, éstos no habrían sacado los perros a la calle” (Chilevisión, 2013).

Posibles líneas de investigación futuras

Finalmente, con el presente esfuerzo investigativo es evidente que lejos de clausurarse este tema de manera definitiva -lo cual no corresponde para nada con nuestros propósitos e intenciones si no todo lo contrario-creemos, por lo mismo, que se ha evidenciado que existen muchos aspectos sobre este tema que permanecen insuficientemente abordados. Esperamos, sinceramente, que no por mucho tiempo. Parafraseando a Kippendorf (1990) y al propio Chomsky (2014), por ejemplo, es muy poco lo que sabemos, en general, sobre el efecto de los medios de comunicación (y, en particular, sobre los efectos de la prensa a no ser aquello que señala que esta afecta más a las clases sociales educadas antes que a la masa de la opinión pública (Chomsky, 2014)) en lo que respecta a las cogniciones sociales y, naturalmente, en lo que se refiere en este sentido a la realidad chilena de entonces. Por lo que es evidente que allí existe

un terreno fértil para ser abonado a partir de futuras investigaciones. Ello teniendo en consideración las dificultades que implica el tiempo transcurrido que, a diferencia de los estudios de otra naturaleza, en donde el factor temporal puede jugar a favor y no en contra como puede ocurrir con los estudios de esta índole.

No obstante, sin ir más lejos, nos queda pendiente estudiar otras secciones o partes del diario *El Mercurio*, igualmente importantes para develar de una vez por toda la mitología (ideológica) gatillada frontalmente contra el Gobierno de la Unidad Popular (UP) por parte de este medio y sus poderosos adversarios políticos. Un ejemplo de ello son secciones como las crónicas escritas por uno de sus fallecidos exdirectores, Arturo Fontaine Aldunate. Hoy sabemos, gracias a su propio testimonio, que era su nombre el que escondía el seudónimo *Cleck* con el que firmaba unas durísimas crónicas -por decir lo menos- contra la persona del presidente Allende (Agüero, 2008). No exenta de insultos y descalificaciones. Ello, siguiendo el planteamiento que formula Mattelart, cuando señala, contrariamente al acercamiento funcionalista a los medios de comunicación, que “toda ideología es totalizante y el diario entero está impregnado de esta totalidad ideológica” (1970: 81). Otro tanto representa el verdadero desafío de estudiar la totalidad del programa desinformativo desplegado por la CIA al margen de *El Mercurio* y que implicó la fundación de medios propios junto al total apoyo a otros ya existentes afines ideológicamente, como es el caso de Canal 13 (Corporación de Televisión de la Universidad Católica de Chile) y el espectral rol que le cupo a la TV en general en los acontecimientos. No olvidemos que el golpe de Estado de Chile no fue el primer golpe de Estado transmitido por televisión fue uno de los primeros sin duda alguna. Ahí están, como mudo testimonio, las fuertes y dramáticas imágenes de los más de doscientos soldados de infantería a dos regimientos de Santiago, los ocho tanques Sherman, los dos cañones sin retroceso de 75 mm montados en jeeps y los aviones de fabricación británica Hawker Hunters atacando el viejo Palacio de la Moneda. Como asimismo, cabría estudiar la actuación que tuvo y el rol que le cupo en el proceso a la prensa de izquierdas en el mismo periodo, especialmente encarnada en el llamado “periodismo de trincheras” representado, principalmente, en diarios como *Puro Chile* y *Clarín* con periodistas de la talla de un Lira Massi, el “Gato Gamboa”, los hermanos Gómez López y la potente *performance* comunicacional que desplegó la UP, así como las relaciones entre Allende y su gobierno y la “otra” prensa de derechas del país.

VII. CONCLUSIONS

In a first level of general conclusions, we would like to emphasize, first, on some ideas that we have been explaining to mark the development of other passages in this study. We believe these passages are central, not only to the development of this study but for the investigative exercise in similar topics relating to Communicational Sciences.

Indeed, we believe that is essential appeal to the approach and multidisciplinary work when it comes to studying any aspect of the complex phenomenon of human communication and language. The fields of Neurobiology, Neuroscience, Biology (of Knowledge), Philosophy (of Language), etc., have provided key contents that help us to undertake this difficult task. We can highlight fundamental concepts and ideas, namely: the idea of *neuronal or synaptic plasticity* that points out the fact that **we are capable of doing what our biological architecture allows us** (so it is necessary to study the body) and that turns out essential to understand what we think, do and feel (Maturana, 2001); the idea of **the existence of a continuity in the evolutionary line**, so all creations and the brain mechanisms of the human refer us, necessarily, to our animal ancestors (Macnick and Martinez-Conde, 2013: 25; Maturana and Varela, 1992); or, lastly, the idea that states that **the fundamental factor that allowed the emergence of the species is the development of the faculty of language** (or language instinct in words of Steven Pinker (2001b)), as Ernst Mayr (Darwin considered the twentieth century) and, lately, Mark Pagel (2011), two of the most important evolutionary biologists, stated.

Likewise, we also believed that it is quite inconvenient to approach the phenomena directly linked to communication and language disregarding or ignoring certain vital findings. For example, from the Philosophy of Language, we cannot ignore the contributions ranging Nietzsche to Heidegger, the performativity of language (action) of J.L. Austin that refers to the revealing transforming capacity that language has through the *statements or performative declarations* (Austin 1982), the speech acts of John Searle or the speech activity of Foucault (2004). Plus the contributions of Martin Buber and the Philosophy of the Dialogue that basically states that we are conversational beings (Buber, 1984: 7).

This is why we try to examine the concepts of propaganda, disinformation and lie as exhaustive as possible – at the risk of seeming excessive – as far as we can considering our limitations. These limitations ranging from the own intellectual limitations of any PhD student to the difficulties to access some important authors because their works are discontinued and without re-edition, are not easily found in libraries, or, simply, they are in other languages that we do not always control as we should and as we wish.

To do this, we fall back on all sources available today that could provide data regarding our research and its purposes, such as those available in the Internet. Even though our intention is clear, considering the kind of intellectual efforts that the study of an specific subjects requires, we try to respect this requirement as much as possible focussing on those authors and contents that were in the line of our research needs; therefore, we understand that the idea is not to create a compendium or do a study base in other studies as Manuel Castells would say (2010). Some of these authors, such as Noam Chomsky which is among the most cited living authors after Marx, Lenin, Shakespeare, Aristotle, the Bible, Plato and Freud (Pinker, 2001b), have dedicated, if not largely, an important part of their work on these issues so they have become hyperspecialized analysts in these topics.

A brief and concrete conceptual discussion of these phenomena might have been adequate and sufficient, but we decided to run the risk exceeding the concrete and specific research needs because we believe that this is also part – and substantially – of the same. Today – with out fear of exaggeration – thanks to the research developed around these phenomena, we are able to see the world in a higher dimension and perspective. It actually changed in some way and to some extends our view of the world and life. Paraphrasing Giordano Bruno, we believe that knowledge, as well as the studies and qualifications, are useless if they cannot help us become better person, wiser, more humane and, ultimately, freer.

A second idea which we would to highlight is the Foucauldian idea of "thinking the history", a study of "archaeology" through the interstices of history, as Foucault poses in *Archaeology of Knowledge* (1969); that paradoxically does not think history against past or present but future, to the "untimely" of Nietzsche ("the event" of Deleuze and "the playing philosophical" of Diogenes). And that, beyond the (traditional) historiographical labour and the Philosophy of History, makes us transcend the designs of the *official*

truth putting in the centre of the historiographical debate the individual pulsations and the *story of the defeated*; question that, moreover, it seems an excellent way to tell history and social life. Let's not forget that in every society, beyond the mechanisms of censorship and repression, sees only what it can see, and at the same time, tells only what it is capable to say (the speakable); It is in this sense that Deleuze (2005) speaks of the "speakable". We talk, also, about a sort of "*escrituración*" "against the grain" (*gegen den Strich*); that, in the same way, represents the *view of the defeated* mention by Benjamin in *Thesis about History* (1940).

All this given the poor, not to say the absolute inability of assimilation that has demonstrated our society with *events* such as the process of the Chilean Revolution that led to the government of President Salvador Allende and the Popular Unity. A kind of "*historical events*", such as the experience of the Second Spanish Republic or Paris 68, of a nature than always possess an irreducible part to the social determinism (Deleuze, 2007); because it is about *collective devices*, even though they also operate within the individual, *creative*, and "social clairvoyance", a sort of (social) artefacts that societies give them self when they make a break in its historical development noticing what they have of intolerant and visualizing the possibilities of granting something different: a new reality, a new social state able to connect with a certain drive and to respond to new subjectivities (Deleuze, 2007).

Now, in second level of conclusions, and in concrete relation to the purposes of our research, the first idea to highlight is that, unlike we expected, **along the empirical work of our study we could not corroborate what is installed as an unquestionable historical truth and specifically states that the propaganda operation orchestrated by the CIA, through the newspaper *El Mercurio*, probably contributed to the bloody overthrow of Allende and the democracy in Chile** (Bigwood, 2008). Almost every single day **the articles of the newspaper *El Mercurio***, according to this dominant version of events, often drafted by the CIA itself and its publishers, as Armando Uribe has point out in more than one occasion (Larraín, 2011), **in one way or another, call to sedition**, as, for example, Carlos Altamirano has stated (Salazar, 2010: 291). Regarding these statements we can indicate, first, that these statements are in somewhat problematic assumptions, specially because they are not easily justifiable, as it means – outside the communicational task itself – the acceptance of the idea that in the practice this newspaper had an influence and a capacity of call and mobilization that

in the events it seemed not to ever have. Especially if we consider that in the context in which the facts are situated and the facts that we are talking about a plural society, highly ideological and, even more, extremely polarized (Castells, 1974; Touraine, 1974).

We also consider that is a simplistic version and an apriorism (hyper)ideologized that, *El Mercurio* did not come off badly, as one might think, places it in the practice in front of the events in the unbeatable position of “kingmaker” or restorer of the order in times of chaos. In another fragment of the quoted speech for the 2000 anniversary Agustín Edwards states this idea of *El Mercurio* as ("forced") "restorer of the order" quite clearly:

For our newspaper the separation and the independence of the branches of government, the public and periodical generation of the political authorities and the civil liberties have always been intangibles values. Special emphasis, naturally, has put in the defence of freedom of expression. *El Mercurio* accepted and even supported governments that emerged from the force, as in 1891, 1924, 1925 and 1973. But in each of those cases **acted considering the exceptional circumstances affecting the Chilean society, promoting within its capabilities, the return to a permanent democratic institutionality of the country.** *El Mercurio* has lived with all the regims, without compromising its principles and under the premise that those de facto were errors of the civil politics and that these would be temporary (Smith, 2014: 532) [Emphasis added].

The traditional ceremony of taking a photo with the owner of *El Mercurio*, in a sort of “kiss the ring” ceremony by all candidates – including the conservatives and the bolshies – in each presidential campaign in Chile since the end of the dictatorship (1990) to date; and on the other hand, due to open convergence of the *Concertación* (cluster of center parties and center-left who led the Chilean transition) to neoliberal positions (Boeninger, 1997) and its approach to the United States. This question was evidenced, for example, in the vicinity of the relationships established by some of their candidates to the Council of the Americas, successor of the Business Council of the sixties and strongly linked to the US tycoon David Rockefeller, one of the old friends and partner of *Donnie*, Agustín Edwards (Smith, 2014). All this resulted in the financial support, that directly and indirectly has received this important media of communication by all democratic governments that followed the dictatorship of Pinochet (considering their situation of virtual bankruptcy that extended since the eighties, when it was rescued by the dictatorship), at the expense of the liberal media arised under the

dictatorial regime that eventually died, and characterizing the current existing situation of the media in Chile as heavily concentrated in conservative sectors and the powerful elites (Herrero, 2014; Poo and Portales, 2008).

And even worse, we believe that this has “*impunizado*” the effective responsibility that lies to Mr. Edwards for being one of the architects of the coup and for the serious violations of human rights committed after (Lagos, 2009). A situation of (absolute) impunity that no longer leaves room for justice (even if it were restorative), repentance and forgiveness (Montoya and Pereyra, 2000); like the kind of forgiveness that The New York Times ask to its readers, for example, for serving as a sounding board to the big lie of Bush on the occasion of the invasion of Iraq (2003). We can do anything else that subscribe the phrase “when justice takes, is not justice”, or paraphrasing Marcel Schwob, “all justice that takes is injustice.”

Specifically, with respect to the (historical) judgments that have been dumped in relation to the performativity of *el Mercurio* during the UP, **we have not found, in regard to the covers and editorials, explicit evidence that somehow ratify such statements.** We believe that this finding emerges as an important and significant historical contribution, as it can become a genuine contribution to the process of unblock the fence of virtual research inhibition that has existed for decades regarding *El Mercurio*, as well as the Chilean Revolution and the period of the Popular Unity it self. Thus, because we are convinced that certain mythic constructions lack of the sufficient distance to discern between an specific ebullient moment and the real event itself (Mouchon, 1999) have produced a devastating effect when installing the feeling that all is said, the consequences of which have resulted in a virtual discourage for further studies on the subject. This affects in a negative way the issue of clarifying the real facts about the tragedy of Chile and the establishment of a (historical) truth, collectively constructed and shared by all. It is important not only as an historical matter itself, but also for the urgent need to fully understand the lessons which one of the most important political tragedies of Latin America gives and also the role that journalism played in it.

On the other hand, having inferred from the in-depth study of Church Report (1975) a set of discursive-manipulative guidelines designed by the CIA, guidelines under the so-called legitimizing discourses of American imperial power (Vanaik, 2010: 10) , the so called “desinformative propaganda guide”. **We have seen convincingly, along the**

examination of the entire sample (covers and editorials) of the newspaper *El Mercurio*, an almost perfect correlation between the editorial line of this media and the recommended content from the destabilization plan (discursive-manipulative).

Other studies have, somehow, come to similar conclusions, as in the case of one of the most important advisors and associates to President Allende, Joan E. Garcés (1976: 261). Thus, *El Mercurio* **commissioned a systematic way to operate**, at least as far as we have noted in their cover pages and editorials, **a manipulative perspective of the facts, using a certain rhetorical-persuasive strategy attempting to connect to Chile's soul, which traditionally rejects the extremes. This strategy presented the UP government as a government incapable and absolutely overworked and overwhelmed by the chaos and violence, rather than making an explicit call to sedition and insult and discredit the figure of the president**, as has been argued erroneously, to our knowledge.

More specifically, it was a **careful and well articulated communication strategy** taking into consideration the Chilean context (revolutionary, with an enormous social upheaval) and time (Cold War), **in which this newspaper, showing their appearance of "mainstream press" – like The Times, The New York Times, The Guardian, etc., and some intended objectivity (procedural) and disregard** (Sunkel, 1983: 101) with the news, **framed the facts – outside the journalistic rigor, impartiality, neutrality and disregard – in order to legitimize a particular construction of social reality – in favour of powerful interests-based on the above concepts of chaos (disorder), violence and destruction**. So much so, that for example, 49.5% of the total journalistic content of the sample are linked to political violence, 62% of national covers were accompanied by an image on political violence. Finally, from the total news classified as political violence, the 89% were (re) assigned to the leftist ideology, represented in our case, of course, by the government of President Allende and the coalition parties that supported him.

Using the alleged journalistic objectivity, this articulated a calculated rhetorical strategy to validate and legitimize their own historical construction and frame arbitrarily, in front of the collective imagination, the specific political events. This also, under our understanding, **rather than making a decisive or significant contribution to the creation of an atmosphere that led to the coup** (Dooner, 1989), **it did**

contribute , on one hand, to legitimize and justify the discourse of the coup (Garcés, 1976: 263). This, under the above mentioned self-appointed role of "savior of the national soul" (Duran, 1982) postulated by its owner, Agustín Edwards ("we had to defend ourselves and the country's institutions"; Correa, 2010: 268), and which in practice represents a stubborn defense of free market economy and the values of an oligarchic society that came to an end, as stated by Oscar Guillermo Garreton (Agüero, 2008).

Even though is true that, *El Mercurio* had a **propaganda-disinformation function – something that it is effectively confirm by our data – and an "agitation" function against the government of President Allende, it did it strictly under the destabilizing seal of the frame described before**. In this sense can be very useful and enlightening the words voiced by Jack Devine, a communicational expert in charge of the media of the CIA in Santiago de Chile:

[*El Mercurio*] never used propaganda to deliberately mislead readers about the economic policies of Allende's government, but between the lines, it emphasized stories about attacks by the government to the private property, the illegal and violent actions of certain segments of the coalition, and the spectre of economic disgust (Devine, 2014).

Statements, which under our view constitute a half-truth (which is a form of lie). What *El Mercurio* did, strictly speaking, is not type of propaganda that he refers to, **by its deft handling of the frame and its pretence objectivity and airs of great press** (Sunkel, 1986: 101), **ultimately mislead and deliberately lie to the Chilean public, through a range of mechanisms and strategies of the persuasive-manipulative discourse**, as we have tried to represent in our empirical analysis. Its version of the facts was credible, precisely, because of this careful (and well prepared) manipulative use of the ritual of journalistic objectivity as validating discursive strategy of a particular worldview of power.

While some left-wing newspapers, in general terms, adopted positions openly pamphleteering and propagandists, and even bordering on disqualification and the use of the easy insult to his opponents (journalism of trench) (Dooner, 1989). As proof of this we have, for example, the historical covers of the newspaper Puro Chile with the legendary "Damn Dwarf" and "*Les volamos la ra ... ha-ha-ha-ha-ha-ha ...*" after the triumph of Allende on the 4th of September; and another after a few days of the election

of President Salvador Allende by the Congress: "You know what else? All of you, mummies, are sons of bitches" (Bernedo and Porath, 2003-2004).

Figure 37. "The damn dwarf" *Puro Chile*, September 5, 1970. Cover.



Source: National Library Newspaper Library

Figure 38, Newspaper *Clarín*, September 11, 1973



Source: Courtesy of the Clarin newspaper. This is the cover of Clarin prepared for that day that never saw the light, where the irreverent, playful and two-way tone (picaresque-sexist) of his journalistic discourse is seen in the "pasarla por las armas" and in the "we have very good guns."

El Mercurio, on the contrary to what we are led to believe, **kept the solemn tone of "objectivity"**, although in its own style, with which even tried to distance itself from other media controlled by the right and the political centre, more ideologized

and also campaigning against the government of the Popular Unity (Fagen, 1974: 62). Proof of this is that *El Mercurio* refers to the government as "Supreme Government" or "the Government" and to the figure of President Allende as "His Excellency the President" or "President of the Republic" and so on, a long list of examples that would be long to quote. And it did, on the other hand, by selectively using (manipulative-persuasively) sources and facts assigning Allende's government an image of totally incompetent administration and being, shortly after starting his term, completely exceeded and out of control and responsible for the *violence, turmoil and chaos* (economic, political and social) (Mattelart, 1971) as Joan E. Garcés concludes in its latest study (1976).

On the other hand, let's not forget that these airs of great press and supposed objectivity adopted by some mainstream media, especially under certain circumstances, in many cases represent only a ritual (rhetorical) strategic aimed to validate and legitimize a particular worldview of certain facts and events (Tuchman, 1972: 660). In this sense it is worth recalling the process of cooptation suffered by the press in the process of the Industrial Revolution based on the new bourgeois social order established (Hudec, 1980); so it is logical to understand, and it is not surprising, that *El Mercurio*, in a revolutionary process and social upheaval lived in Chile, in which the interests and the status quo that *El Mercurio* openly declare to represent and defend would be seriously threatened, was available to the social and economic order and the hegemonic visions of the world expressed in this scenario of conflict (Mattelart, 1971).

In summary, we say that **in contrary to the (historical) assumptions most publicized that have been made in this direction, we are able to state categorically, that at least in regard to the covers and editorials, *El Mercurio* did not make a open call to sedition against the government of UP and did not hurled insults and disqualifications against the presidential figure and his government. What it did, in other words, was to present to the Chilean public a determined and systematic framework of events in terms of chaos, violence and destruction, and ultimately assigned full responsibility to the government of Allende and / or their followers, while at the same time the military coup was presented as inevitable and even and indispensable.** Here the popular adage that says "there's more than one way to skin a cat" has a special meaning and is use as the title of this study.

A good example under our understanding is the editorial – previously analyzed – that was published on the occasion of the attempted coup of June 29, 1973 known as *The Tancazo o Tanquetazo* led by the Armored Regiment No. 2 in charged of Lt. Colonel Roberto Souper in which *El Mercurio*, far from condemning the coup against the constitutional government – by misinforming, decentering and distorting the circumstances and facts – celebrated that the military uprising had avoided a supposed popular uprising against the institutional order by the government supporters after the call of President Allende.

Using the manipulative strategy of the *reallocation of responsibility to the other* (Van Dijk, 2009), meaning, explicitly blaming the government of the facts (in the figure of the president) and his supporters (unions and political parties). *El Mercurio* directly accused the president of encouraging and arming leftist groups for street fighting and civil war, as well as denounced the existence of weapons donated by "countries closely linked to the revolutionary government enterprise", presumably the Soviet Union and Cuba. This in a time in which the "everyday conversation" and the common sense that give meaning to the social language in a particular socio-political context (Gee, 2004: 72) were clearly defined by the points of geopolitical view and the anti-communist approach of the period of the Cold War (Stonor Saunders, 2013; Judt, 2006 Vanaik, 2010).

Another example of the use of the disinformation-persuasive-manipulative framing, through the use of invisibilization developed by *El Mercurio*, is the fact that after the attempted coup Tancazo, particularly in the evening of the 29th of June of 1973, took place in the streets of Santiago de Chile a demonstration of support for the government that eventually became one of the most massive concentrations in the political history of this country (Agnic, 2008). Over a million and a half of supporters of the UP marched until the early morning under the slogan "No to civil war" – according to various consulted testimonies – brandishing the slogans of "Allende, Allende, the people defends you" and "To close, to close, the National Congress", in front of the Palacio de la Moneda, where President Allende gave one of his most memorable speeches (Guzmán, 1975):

We will do revolutionary changes in pluralism, democracy and freedom, which does not mean, which does not mean or will not mean tolerance against

antidemocratics, tolerance against subversive nor tolerance, ever, with the fascists, comarades ... (The footprint of Chile , 2008).

Figure 39. Mass concentration of June 29, 1973, facade of the Palacio de la Moneda.



Source: Courtesy of the author, Fernando Velo, their personnel file.

An event that, despite the pages of the newspaper *El Mercurio* and as the Vietnam War, hardly existed for Chileans.

As regards to our opinion, **the aforementioned frame (framing) that *El Mercurio* developed is a "contribution" much more powerful than the role that is generally assigned to this newspaper regarding the coup** (completely discarding its participation as the head and creator of the coup, because historically, in our opinion this version simply does not stand analysis), **because – as we have indicated – the echoes of this version of the events still resonate in the political and social imaginary and in the social representations of that time and the UP government, even in the voices of the left (pro) Allende** (Sigmund, 2011: 175; Gilmor, 2013).

The intervention/contribution of *El Mercurio* is – in the sense of the theory of chaos – something considerably more resounding and decisive than the (alleged) ostensibly call to sedition and simple disqualification and easy insult. This question would have

been easily distorting in time (as we hope it starts to happen from now), unlike the other, which inexorably has been seared, even beyond the traditional historiographical story of the more politicized (political class) and conservative sectors of the Chilean society. As we have observed during the development of this study.

Indeed, today there are no other imaginary and social representations in this respect than the framing of chaos, violence and destruction in the Chilean society. The real, meaningful and decisive "legacy" of *El Mercurio* is the "preservation of [certain] popular historical memory (Brown-Bernstein, 2009: 8) of the events. Hence the importance of this issue is to clarify the actual circumstances that surrounded the coup and that effectively involved the *communication performance* conducted by this newspaper in that period and led to the tragedy of Chile (Report, 2013).

Finally, it is a version that has contributed to perpetuate the (false) myth of violence, chaos and destruction around any draft that tries to challenge neoliberal status quo in Chile. In this sense Chomsky and Herman (2005) say that anti-communism, which began with the "hunt of the reds" in the Truman-McCarthy era, serving as real smokescreen to install the model that is being applied in the world, uses insults (the hammer) instead of analysis. We have seen the journalistic narrative commissioned to portray, for example, the attacks in Santiago de Chile during 2014, which have been represented as **terrorist acts perpetrated by anarchists and communists sectors that want to accelerate and deepen the reforms undertaken by Left wing current government** (Matus, 2014; Rojas, 2014). A narrative that in light of our findings clearly seems to invoke the rhetoric mercurial of times the UP.

Therefore a question arises: What more could we argue, on what did – or did not do– *El Mercurio* during that time? What actually happened in Chile in those days and what was the role of *El Mercurio* in all this? It is thus **we find almost unbearable communicationally speaking to say that *El Mercurio* was a trigger and even directly responsible for the coup**, as it has been said during all this time important analysts such as Naomi Klein and Peter Kornbluth, among others. It was, coinciding with the thesis (high treason) expressed by Joan Enric Garcés (UAH, 2013) a military coup that through the act (high) of treason broke the democratic tradition of the FFAA (Schneider's doctrine) and the institutional and democratic order in Chile

Indeed, it was not like a popular uprising or a social explosion in the style of Gaddafi's Libya or the Yanukovych's Ukraine, for example, primarily motivated by a very efficient and thorough campaign of persuasion through media – and especially by *El Mercurio*– that sought through the boycott or economic war (shortage / hoarding) and chaos to install on the masses of the Chilean public opinion, the idea of an inefficient and completely overwhelmed government. However it really was a **forceful act of coercion and violence led (inspired by Nazi combat tactics or Blitzkrieg of Wehrmacht (Der Heeres)) (Rojas, 1974) by an act of high treason due to fortuitous and unfortunate circumstances.** We refer to the surprising and unexpected resignations of General William Pickering and Mario Sepulveda, just after the resignation of General Carlos Prats (UAH, 2013). All of them admittedly respectful of constitutional order and guardians of the professionalism of the armed forces.

The importance, and at the same time, the seriousness of this fact, is that **without the existence of this act of high treason the coup of September 11 would not have existed or would not have been possible.** Proof of that has been the failure of the three attempts that took place prior to September 11, 1973; military skirmishes where *El Mercurio*, did not participated. Although, Agustín Edwards (Doonie), the owner of *El Mercurio* was linked, according to the declassified material, the coup from the zero. The following statements by Joan E. Garcés seem quite revealing in this regard:

En Chile en 1973 mientras el jefe del Ejército no se plegó al golpe no era posible que triunfara el golpe. Amotinamientos los había habido, ya lo he dicho antes, y hubiera podido haberlos, también, pero el golpe no podía triunfar sin el Comandante en Jefe del Ejército. Entonces la traición del Comandante en Jefe del Ejército es clave para explicar la tragedia que ha vivido Chile desde entonces. Y entenderán ustedes por qué yo pedí la detención y enjuiciamiento (...) por los crímenes contra la humanidad que cometió como consecuencia de esa alta traición (UAH, 2013).

Words endorsed in the statements that the protagonist of this high treason, Augusto Pinochet, made before the coup:

Please, gentlemen, lower the pressure. I have asked in all the tones that newspapers do not incite violence. I ask again that assume serious responsibilities with a higher level of public awareness regarding the problems we are experiencing. What do you want? A civil war? Because coups do not happen in Chile (cited in Azócar, 1999: 96-97).

In this sense are the statements of one of the soldiers who led the coup, General Gustavo Leigh, who recognizing the constitutional definition of the Chilean armed forces, said on September 22, 1973 in the newspaper *La Prensa* of Buenos Aires, that the main obstacle found to drag the bulk of the armed forces after the coup was the idea of having to overthrow a constitutional government.

The coup, on the other hand, following our own storyline, represent a clear evidence of the failure of the government of the United States, the CIA and its partners on the right, the Chilean oligarchy and *El Mercurio* in the battle for the minds and hearts of the Chilean electorate (communicational war), despite the enormous efforts of economic and political sabotage and the millions spent in undercover actions of all kinds, including the communicational ones, designed to undermine the credibility and the predicament of the ideas that the UP of Allende embodied.

The work of Armand Mattelart points out the magnitude of the influence of the media on the events and on Chilean public opinion of that time, especially television, followed by radio. We insist though that *El Mercurio* may have played a triggering role in the coup. In any case if what prevailed at the time of the UP was chaos, Walter Lippmann noted that, in relation to the poor media coverage that was made of the Russian Revolution of 1917, the hardest thing to report is chaos, not only because is about a chaos in evolution but the fact that during these periods the formulation of news fall inevitably "into the hands of the censors and propagandists" (Lippmann, 2003: 354).

On the other hand, another proof of the failure of the plan of persuasive manipulation brought into play is the fact that Allende and his coalition government, despite all the boycott and the sabotage, although did not won the 1970 presidential elections, did substantially increase the voter turnout in 36.6%. We are talking about the municipal elections of April 1971 (50.86%) and the parliamentary elections of March 1973 (43%) (Martínez, 2009; Corvalan, 2003). We can even refer again, as evidence of this, the manifestation of support to the government that took place in Santiago de Chile the night of June 29 in connection with the attempted coup Tancazo, where the government in a clear demonstration of force literally took to the streets with more than a million and half supporters (Guzman, 1975). We are talking about Chile in the early seventies when it had just over 8 million.

In September 11, 1973, Víctor Jara, the popular singer who was killed in the *Estadio Chile* by the military a few days after the coup (Cuevas, 2009), while he was watching the bombs fall on the ancient and gray *Palacio de la Moneda* in Santiago de Chile, he made the following comment, according to the testimony of Victor Canto: "If we had not been winning this battle, they would not have taken the dogs on the street" (Chilevisión, 2013).

Possible future research lines

Finally, this present study is clearly far from the closure of this issue. Our study has evidenced many aspects that are still unstudied. Paraphrasing Kippendorf (1990) and Chomsky (2014), for example, generally very little is known about the effect of the media (and in particular, the effects of the press) regarding social cognitions and, naturally, regarding to this effects the Chilean reality back then. It is evident that this is a fertile ground to be fertilizing from future research; while taking into consideration the difficulties of the past that, unlike other studies, in which the time factor can play in favour and not against as it can occur in similar studies. Without going any further, we did not study other sections of the newspaper that are equally important to reveal once and for all the (ideological) mythology triggered frontally against the Government of Popular Unity (UP) by this media and its powerful political opponents. Examples of this are the sections as the chronics written by one of its former directors deceased, Arturo Fontaine Aldunate. We now know that, thanks to his own testimony, it was his name hid under the pseudonym Cleck, who signed a harsh chronic against the person of President Allende (Agüero, 2008).

Following the approach that Mattelart formulates, when he says, contrary to the functionalist approach to the media, that "any ideology is totalizing and the newspaper is steeped in this ideological totality" and because this "ideology, apparently absent, acts more effectively through its diffuse nature that has the name of objectivity "(1970: 81). Moreover, the real challenge of studying the whole disinformation program deployed by the CIA outside *El Mercurio* and that involved the establishment of resources with the total support of other existing resources, as is the case of Channel 13 (Corporation of Television of the Catholic University of Chile) and the spectral role that TV had. As also to study the performance and the role that the left-wing press had in the same

period, especially embodied in the so-called "journalism of trench", represented mainly by newspapers such as *Puro Chile* and *Clarín* with journalists such as Lira Massi, the "Cat Gamboa", the Gómez López brothers', etc; as well as the relations between Allende and his government and with the "other" right-wing press in the country.

EPÍLOGO

El lenguaje político está diseñado para lograr que las mentiras parezcan verdades y el asesinato respetable y para dar una apariencia de solidez al mero viento.

(George Orwell, 1946: 14)

Figura 40. Palacio de la Moneda, Martes 11 de Septiembre de 1973.



Fuente: Archivo Fundación Salvador Allende. Premio Internacional World Press Photo of the Year 1973 (WPP 1973).

Santiago de Chile. Palacio de la Moneda, sede del gobierno, 09:10 am, a través de las ondas de Radio Magallanes el presidente República de Chile, el Dr. Salvador Allende, se dirige al pueblo de Chile por última vez:

Compatriotas¹⁸⁴, esta será, seguramente, la última oportunidad en que me pueda dirigir a ustedes. La Fuerza Aérea ha bombardeado las torres de Radio Portales y Radio Corporación. Mis palabras no tienen amargura, sino decepción, y serán ellas el castigo moral para los que han traicionado el juramento que hicieron.

¹⁸⁴Muchas transcripciones del discurso omiten la primera palabra (compatriotas) que dijo el presidente Allende en momento de conversar su famosa alocución: "Compatriotas, seguramente esta será..."; y comienzan directamente con: "Seguramente, esta será...".

Soldados de Chile, comandantes en jefe titulares, el almirante Merino que se ha auto designado, más el señor Mendoza, general rastrero que sólo ayer manifestara su fidelidad y lealtad al gobierno, también se ha nominado director general de Carabineros. Ante estos hechos, sólo me cabe decirle a los trabajadores: ¡Yo no voy a renunciar!

Colocado en un tránsito histórico, pagaré con mi vida la lealtad del pueblo. Y les digo que tengo la certeza que la semilla que entregáramos a la conciencia digna de miles y miles de chilenos, no podrá ser segada definitivamente.

Tienen la fuerza, podrán avasallarnos, pero no se detienen los procesos sociales ni con el crimen ni con la fuerza. ¡La historia es nuestra y la hacen los pueblos! Trabajadores de mi patria, quiero agradecerles la lealtad que siempre tuvieron, la confianza que depositaron en un hombre que sólo fue intérprete de grandes anhelos de justicia, que empeñó su palabra de que respetaría la Constitución y la ley, y así lo hizo.

En este momento, definitivo, el último en que yo pueda dirigirme a ustedes, quiero que aprovechen la lección, el capital foráneo, el imperialismo, unido a la reacción, creó el clima para que las Fuerzas Armadas rompieran su tradición, la que les enseñara Schneider y que reafirmara el comandante Araya, víctimas del mismo sector social que hoy estará en sus casas, esperando con mano ajena reconquistar el poder para seguir defendiendo sus granjerías y sus privilegios.

Me dirijo sobre todo, a la modesta mujer de nuestra tierra, a la campesina que creyó en nosotros, a la obrera que trabajó más, a la madre que supo de nuestra preocupación por los niños. Me dirijo a los profesionales de la patria, a los profesionales patriotas, a los que hace días estuvieron trabajando contra la sedición auspiciada por los Colegios Profesionales, colegios de clase para defender, también, las ventajas que una sociedad capitalista le da a unos pocos. Me dirijo a la juventud, a aquellos que cantaron, entregaron su alegría y su espíritu de lucha. Me dirijo al hombre de Chile, al obrero, al campesino, al intelectual, a aquellos que serán perseguidos porque en nuestro país el fascismo ya estuvo hace muchas horas presente, en los atentados terroristas, volando los puentes, cortando la línea férrea, destruyendo los oleoductos y los gasoductos, frente al silencio de los que tenían la obligación de proceder: estaban comprometidos. ¡La historia los juzgará!

Seguramente “Radio Magallanes” será acallada y el metal tranquilo de mi voz no llegará a ustedes. No importa, lo seguirán oyendo. Siempre estaré junto a ustedes. Por lo menos, mi recuerdo será el de un hombre digno que fue leal a la lealtad¹⁸⁵ de los trabajadores.

El pueblo debe defenderse, pero no sacrificarse. El pueblo no debe dejarse arrasar ni acribillar, pero tampoco puede humillarse. Trabajadores de mi patria: ¡Tengo fe en Chile y su destino! Superarán otros hombres, este momento gris y amargo, donde la traición pretende imponerse. Sigán ustedes, sabiendo que mucho más temprano que

¹⁸⁵ En muchas versiones aparece en este pasaje del discurso un paréntesis que señala “inaudible”, al respecto hemos podido determinar, fehacientemente, que la palabra que emplea el presidente Allende en ese momento es “lealtad”, señala: “que fue leal a la **lealtad** de los trabajadores”.

tarde, de nuevo, abrirán¹⁸⁶ las grandes alamedas por donde pase el hombre libre, para construir una sociedad mejor.

¡Viva Chile! ¡Viva el pueblo! ¡Vivan los trabajadores!

Estas son mis últimas palabras y tengo la certeza de que mi sacrificio no será en vano. Tengo la certeza de que, por lo menos, será una lección moral que castigará la felonía, la cobardía y la traición (Allende, 2006: 254-256)

¹⁸⁶Muchos textos presentan este pasaje de la siguiente manera: “de nuevo, **se** abrirán las grandes alamedas”, pero nuestra versión difiere y quita ese “se” antepuesto al verbo abrirán, dado que el sujeto de la oraciones corresponde con “otros hombres”.

BIBLIOGRAFIA

Administration, T. U. (1995). *Records of the Committee on Public Information*. Recuperado el 16 de octubre de 2014, de <http://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/063.html>

Agnic, O. (2008). *Allende. El hombre y el político*. Memorias de un secretario privado. Santiago de Chile: RIL editores.

Agustín, S. (397). *Documenta catholicaomnia*. Recuperado el 14 de agosto de 2014, de http://www.documentacatholicaomnia.eu/02m/03540430,_Augustinus,_Contra_Mendacium_Ad_Consentium,_MLT.pdf.

Allan, S. (2004). *News Culture*. McGraw-Hill Education.

Allende, S. (2006). *Se abrirán las grandes alamedas*. Tlalaparta. Editores independientes.

Álvarez, J. (1983). "Elementos para una reinterpretación histórica del s.XX". *Boletín de la Real Academia de la Historia*., CLXX (III), 177.

Alvear, J. (1987). *La verdad sobre "El Mercurio": ensayo de crítica periodística*. Santiago de Chile, Editorial Universitaria.

Amorós, M. (2013). *Allende. La biografía*. Barcelona: Ediciones B S.A.

Arendt, H. (1998). *Crisis de la república*. Madrid, Taurus.

Arendt, H. (1967). *Verdad y política*. Recuperado el 22 de junio de 2013, de http://www.upf.edu/materials/polietica/pdf/H._Arendt._Verdad_y_polxtica_x1x.pdf.

Ariza, L. M. (2 de enero de 2011). Entrevista: Cristina Sánchez-Carretero."Un buen etnólogo debe sentir como propio lo de los demás". Recuperado el 22 de octubre de 2014, de *elpais.com*: http://elpais.com/diario/2011/01/02/eps/1293953213_850215.html.

Armentia, P. G. (2005). "La objetividad, un debate inacabado". *Revista Comunicación y Hombre* Número 1, 91-103.

Arrate, J. y P. Hidalgo (1989). *Pasión y razón del socialismo chileno* (Vol. 1). Santiago de Chile, Las Ediciones del Ornitorrinco.

Austin, J. (1962). *Cómo hacer cosas con palabras*. Oxford, University Press.

Austin, J. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, Paidós.

Azócar, P. (1999). *Pinochet. Epitafio para un tirano*. Madrid, Popular.

Balandier, G. (1994). *El poder en escenas*. Barcelona, Paidós.

Baldasty, G. J. (1992). *The Commercialization of News in the Nineteenth Century*. Madison: University of Wisconsin Press.

Barbier, W y C. Neale Ronning. (1966). *Internal Security and Military Power* (Counter insurgency and Civic Action in Latin America). Columbia, Ohio State University Press.

Barbour, M. K. (2007). "Teacher and developer perceptions of effective web-based design for secondary school students" en *Journal of Distance Education*, 3 (21), 93-114.

Barón, A. (27 de julio de 2010). "Un libro compromete a Kissinger en el asesinato de un amigo de Allende". Recuperado el 13 de diciembre de 2014, de *clarin.com*:
http://www.clarin.com/estados_unidos/libro-compromete-Kissinger-asesinato-Allende_0_305969474.html.

Bartlett, F. (septiembre de 2001). *La Propaganda política*. Recuperado el 12 de octubre de 2014, de <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppolB.html>

Basso, C. (2013). *La CIA en Chile 1970-1973*. Santiago de Chile, Aguilar.

Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI.

Baudrillard, J. (1972). *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris, Gallimard (Coll. Les Essais).

Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.

BBC Mundo. (17 de mayo de 2010). Recuperado el 10 de mayo de 2013, de BBC Mundo:
http://www.bbc.co.uk/mundo/ciencia_tecnologia/2010/05/100517_ninos_mentiras_inteligencia_jp.shtml.

Bennett, W.L; Lawrence, R.G. & Livingston, S. (2007). *When the Press Fails. Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*. University Of Chicago Press.

Benito, A. (1995). *La invención de la actualidad, técnicas, usos, y abusos de la información*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.

Berger, P. y T. Luckmann (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrurtu Editores.

Bernays, E. L. (1995). *Cristalizando la Opinión Pública*. Barcelona, Gestión 2000.

Bernes, J. (1994). *A pack of lies: Towards a sociology of living*. Nueva York, Cambridge University Press.

Bernedo, P. y W. Porath (2003 - 2004). "A tres décadas del golpe: ¿Cómo contribuyó la prensa al quiebre de la democracia chilena?". *Cuadernos de información* (16-17), 114-124.

Bertrand, C. (1992). "El periodismo del porvenir: algunos deseos a modo de previsiones". En *Revista Comunicación y Sociedad*, 11-29.

Bertrand, C.-J. (16 de junio de 2005). "Los medios de comunicación norteamericanos están enfermos". Recuperado el 26 de agosto de 2013, de <http://www.voltairenet.org/article125852.html>.

Bigwood, J. (2008). "No StringsAttached? How U.S. funding of the world press corps may be buyinginfluence". Recuperado el 14 de June de 2014, de http://inthesetimes.com/article/3697/no_strings_attached.

Black, S. (1994). *Las relaciones públicas. Un factor clave de gestión*. Barcelona: Colección Esade.

Boeninger, E. (1997). *Democracia en Chile. Lecciones para la gobernabilidad*. Santiago de Chile: Andrés Bello.

Boetti, E. (10 de noviembre de 2013). "Entrevista al crítico, docente y realizador Jean-Louis Comolli". Recuperado el 11 de noviembre de 2013, de *Página12*: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/5-30475-2013-11-10.html>

Borges, J. (1969). *Fragments de un evangelio apócrifo*. Recuperado el 2 de diciembre de 2013, de poeticus.com: <https://www.poeticous.com/borges/fragmentos-de-un-evangelio-apocrifo?locale=es>.

Bricmont, J. (11 de octubre de 2010). "A propos des « dix stratégies de manipulation de masses » attribué à Noam Chomsky". Recuperado el 10 de noviembre de 2014, de <http://www.legrandsoir.info>: <http://www.legrandsoir.info/A-propos-des-dix-strategies-de-manipulation-de-masses-attribue-a-Noam-Chomsky.html>

Brock, D. (2004). *The Republican Noise Machine: Right-Wing Media and How It Corrupts Democracy*. New York, Crown Publishers.

Brown, J. (1991). *Técnicas de persuasión*. Madrid, Alianza Editorial.

Brown-Bernstein, J. (2009). "After the Fact: El Mercurio and the Re-Writing of the Pinochet Dictatorship". Recuperado el 22 de noviembre de 2014, de http://190.98.219.232/~tesisdh/Tesis_PDF/Tesis%20Brown-Bernstein.pdf.

Bryman, A. (2004). *Social research methods*. Nueva York, Oxford University.

Bryne, R.W. y Whiten, A. (1992). "Cognitive Evolution in Primates: Evidence from Tactical Deception". *New Series*, Vol. 27, No. 3, 609-627.

Buber, M. (1984). *Yo y tú*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.

Bustamante, E. (1982). *Los amos de la información en España*. Madrid, Akal.

Cabieses, M. (1973). "PF Pide la inhabilidad del senador Eduardo Frei". *Punto Final* (AÑO VII), 4-7.

Campaña, M. (2012). Entrevista a María Eugenia Mudrovcic, "La Guerra Fría Cultural". *Guaraguayo* (año 16, N°. 41), 89-98.

Caputo, O. y Galarce, G. (mayo de 2008). "La Nacionalización del Cobre por Salvador Allende y la Desnacionalización del cobre". Recuperado el 26 de agosto de 2013, de [archivochile.cl: http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/caputoo/caputolo0065.pdf](http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/caputoo/caputolo0065.pdf).

Carmona, E. (1998). *Morir es la noticia*. Santiago de Chile, Ernesto Carmona, editor.

Carrasco, E. (2003). *La Revolución y las Estrellas*. Santiago de Chile, Ril Editores.

Carter, Roy E. & Sepúlveda, O. (1970). "Algunas pautas relativas al uso de los medios de comunicación de masas en Santiago de Chile". *Revista Journalism Quaterly*, Vol. 41 (Nº 2), 216-224.

Castells, M. (2012). "El poder en la era de las redes sociales". *Nexos* en línea.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.

Castells, M. (1999-2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). Madrid, Alianza Editorial, S.A.

Castells, M. (1974). *La lucha de clases en Chile*. México, Siglo Veintiuno Editores.

Castells, M. (1973). "Movimiento de pobladores y lucha de clases en Chile". *EURE Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 3 (7), 9-35.

Castro, A. G. (2006). "Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, sociedad de control" - Entrevista con Armand Mattelart. *Cultures & Conflits* [En línea] (64).

Catalán, M. (2005). *Antropología de la mentira*. Madrid: Taller de Mario Muchnik.

Catalán, M. (2005). *El engaño y la inteligencia*. Recuperado el 29 de junio de 2013, de [ensayistas.org Antología del ensayo: http://www.ensayistas.org/antologia/XXE/catalan/inteligencia.htm](http://www.ensayistas.org/antologia/XXE/catalan/inteligencia.htm).

Cavallo, A.; Salazar, M. y O. Sepúlveda (1998). *La Historia Oculta del Régimen Militar*. Santiago de Chile, Editorial Sudamericana.

Chomsky, N. (10 de julio de 2000). "¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales?" Recuperado el 26 de agosto de 2014, de http://www.rebellion.org/hemeroteca/chomsky/chomsky_medios100700.htm.

Chomsky, N. (13 de mayo de 1998). "El parecido entre las técnicas de la clase empresarial y el fascismo es muy sorprendente". (V. Navarro, Entrevistador). Recuperado el 20 de agosto de 2014 en www.navarro.org.

Chomsky, N. (domingo 16 de mayo de 1999). "Por su prepotencia, EEUU ha asumido el papel de verdugo ante el mundo". (E. Mundo, Entrevistador)

Chomsky, N. (2002). "Media Control". Recuperado el 26 de agosto de 2014, de [www.chomsky.org: http://www.chomsky.info/books/mediacontrol01.htm](http://www.chomsky.org/http://www.chomsky.info/books/mediacontrol01.htm)

Chosmky, N. (6 de marzo de 2012). "Las 10 estrategias de manipulación mediática". Recuperado el 12 de octubre de 2014, de [http://www.educacionmediatica.es: http://www.educacionmediatica.es/?p=1495](http://www.educacionmediatica.es/http://www.educacionmediatica.es/?p=1495)

Chomsky, N. (31 de enero de 2015). "El lavado de cerebros en libertad es más eficaz que en las dictaduras" Entrevista a Noam Chomsky. Recuperado el 31 de enero de 2015, de <http://www.paginapopular.net/entrevista-a-noam-chomsky-el-lavado-de-cerebros-en-libertad-es-mas-eficaz-que-en-las-dictaduras/>.

Chomsky, N. y E. Herman. (2005). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona, Crítica.

Chomsky, N. (2010). *Esperanzas y realidades*. Barcelona, Tendencias Editores.

Chomsky, N. (1969-1971). *La responsabilidad de los intelectuales* (Los nuevos mandarines), Ariel.

Chomsky, N. y Ramonet, I. (2002). *Cómo nos venden la moto*. Valencia, Icarita.

Church, F. (17 de septiembre de 1975). "Select Committee to Study Governmental Operations with Respect to Intelligence Activities ("ChurchCommittee")". Recuperado el 10 de julio de 2012, de <http://www.intelligence.senate.gov/churchcommittee.html>.

Church, I. (17 de septiembre de 1975). Equipo Nizkor. Recuperado el 10 de julio de 2012, de <http://www.derechos.org/nizkor/chile/doc/encubierta.html>

Colby, W. (1978). *HonourableMen: MyLife in the C.I.A.* (London ed.). Hutchinson.

Columbia Journalism School. (3 de mayo de 2013). PressFreedom, Press Standards & Democracy. Recuperado el 12 de noviembre de 2014, de Universities & Education Event: <http://new.livestream.com/accounts/1079539/events/2051379/videos/17935127>.

Comas, D. y. (2004). "El control social. Reflexiones en torno a controles sociales y control social". VV.AA.*Consumo y control de drogas: reflexiones desde la ética* (págs. 119-135). Madrid: Fundación Ciencias de la Salud.

Córdoba, D. H. (19 de mayo de 2008). "Los tanques culturales estadounidenses". El poder blando de Estados Unidos. Recuperado el 5 de mayo de 2014, de Agencia Latinoamericana de Información: <http://alainet.org/active/24165>.

Correa, R. (2010). *Preguntas que hace historia: 40 años entrevistando (1970-2010)*. Santiago de Chile, Catalonia.

Corvalán, L. (2003). *El gobierno de Allende*. Santiago de Chile, LOM.

Creswell, J. W. (2009). *Research design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. USA: Sage.

Cuevas, J. (26 de mayo de 2009). "Los estremecedores testimonios de cómo y quiénes asesinaron a Víctor Jara". Recuperado el 15 de septiembre de 2014, de ciper.cl: <http://ciperchile.cl/2009/05/26/los-estremecedores-testimonios-de-como-y-quienes-asesinaron-a-victor-jara/>

Davis, N. (1986). *Los dos últimos años de Salvador Allende*. Barcelona, Plaza y Janes

Debray, R. (1971). *Allende habla con Debray*. Santiago de Chile, Ediciones Punto Final Ltda.

Deiros, T. R. (13 de noviembre de 2013). www.clarin.cl. Recuperado el 20 de agosto de 2014, de entrevista publicada originalmente en Revista La Marea, España: <http://elclarin.cl/web/entrevistas/9662-la-tragedia-de-chile-fue-que-entre-1970-y-1973-mandaba-la-derecha-en-eeuu.html>.

Délano, M., Luengo, A., & Salazar, M. (1983). *Para entender al Decano*. Santiago de Chile, Ediciones Ainavillo.

Deleuze, G. (1990). *Pourparlers 1972-1990*. París, Editions de Minuit.

Deleuze, G. (2005). *La isla desierta. Textos y entrevistas (1953-1974)*. Valencia, Pre-Textos.

Deleuze, G. (2007). *Dos regímenes locos, Textos y entrevistas (1975-1995)*. Valencia, Pre-Textos.

Department of State, US. (1999). "Chile declassification project, (human rights in Chile -Tranche 1)". Washington, D.C., *The Department*.

DepartamentState. (18 de septiembre de 2000). "HincheyReporton CIA Activities in Chile". Recuperado el 21 de agosto de 2014, de [www.derechos.org](http://www.derechos.org/nizkor/chile/doc/hinchey-e.html), Equipo Nizkor: <http://www.derechos.org/nizkor/chile/doc/hinchey-e.html>.

Dermota, K. (2002). *Chile Inédito. El periodismo bajo la democracia*. Barcelona, Ediciones B.

Derrida, J. (1995). "Historia de la mentira: Prolegómenos". Recuperado el 21 de junio de 2013, de [jacquesderrida.com.ar](http://jacquesderrida.com.ar/textos/mentira.htm): <http://jacquesderrida.com.ar/textos/mentira.htm>.

Desantes, J. (1976). *La verdad en la información*. Valladolid: Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Valladolid.

Devine, J. (2014). *What Really Happened in Chile*. Foreign Affairs.

Díez, A., Rubido, S., Aparici, R. y Tucho, F. (2008). "Medios de Comunicación y Manipulación. Propuestas para una comunicación democrática". Recuperado el 8 de agosto de 2014, de Guía Didáctica (UNED): <http://www.uned.es/ntedu/espanol/matricula-abierta/comunicacion-y-manipulacion/guiacurso.pdf>.

Dilenschneider, R. L. (1990). *Power and influence*. New York: Preteice-Hall.

Dinges, J. (2005). *The condor years: How Pinochet and his allies brought terrorism to three continents*. London, The New Press.

Dinges, J. y Landau, S. (1990). *Asesinato en Washington: el caso Letelier*. Santiago de Chile, Planeta.

Domenach, J.-M. (1968). *La propaganda política*. Buenos Aires, EUDEBA.

Dobb, L. (1948). "Propaganda and Public Opinion" (1949). New York, McGraw-Hill.

Dooner, P. (1989). *Periodismo y Política, la Prensa de Derecha e Izquierda 1970-1973*. Madrid, Andante.

Doob, L. W. (1950). "Goebbels' Principles of Propaganda". *The Public Opinion Quarterly*, 14 (3), 419-442.

Dubner, Steven D. Levitt& Stephen J. (2005). *Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything*. New York, William Morrow.

Durán, C. (1982). "El Mercurio contra la Unidad Popular. Un ejemplo de propaganda de agitación en los años 1972 y 1973". Recuperado el 2 de June de 2014, de <http://www.blest.eu/inf/duran82.html>

Durandin, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona, Paidós Ibérica.

Durkheim, E. (1956). *Education and Sociology*, Free Press.

Eco, U. (2000). *Tratado de Semiótica General*. Barcelona, Lumen.

Eco, U. (1996). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona, Lumen.

Eco, U. (1982). *En nombre de la rosa*. Barcelona, Lumen.

Eco, U. (15 de octubre de 2011). "La inteligencia es banal, la estupidez es fascinante". *El Clarín*. Recuperado el 2 de junio de 2012, de [elclarin.com: http://www.clarin.com/sociedad/Umberto-Eco-inteligencia-estupidez-fascinante_0_572942868.html](http://www.clarin.com/sociedad/Umberto-Eco-inteligencia-estupidez-fascinante_0_572942868.html).

Editorial (2000). "La estrategia de la manipulación: La desinformación gubernamental como arma de guerra" en *Revista Orto [En línea]* N° 117 Sep.-Oct. 2000. Recuperado el 26 de septiembre de 2014 de <http://www.oocities.org/capitolhill/senate/9603/manipulacion.htm>.

Edwards, A. y Góngora, M. (2005). *La fronda aristocrática*. Santiago de Chile: Universitaria.

Edwards, V. (1938). *Group Leader's Guide to Propaganda Analysis*. Nueva York, Columbia University Press.

El Economista. (7 de junio de 2009). Recuperado el 13 de junio de 2013, de El Economista: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2009/06/07/mentir-hace-trabajar-mas-cerebro>

El Mercurio electrónico. (31 de mayo de 2000). Recuperado el 21 de agosto de 2014, de <http://www.emol.com/noticias/nacional/2000/05/31/22486/el-mercurio-celebro-sus-cien-anos.html>

Epeldegui T. (1995). *Relación anatomofuncional del tarso con las variaciones morfológicas del antepié*. Madrid: Vicente Editores.

Escalante, J. (20 de marzo de 2005). ¿Quién mato al Comandante Araya? *La Nación*
Recuperado el 12 de septiembre de 2014
de http://www.lanacion.cl/prontus_noticias/site/artic/20050319/pags/20050319214337.html.

Especiales, Ediciones. (31 de Mayo de 2005). "Los Edwards y El Mercurio: Una historia de familia". *elmercurio.com*. Recuperado
<http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/destacadas/detalle/index.asp?idnoticia=0131052005021X0330121>.

Ellul, J. (1965). *Propaganda*. New York, Knopf.

Eriksen, T. H. (2001). *Tyranny of the Moment: Fast and Slow Time in the Information Age*. Londres: Pluto Press.

Erickson, K. P., & Peppe, P. V. (1976). "Dependent capitalist development, US foreign policy, and repression of the working class in Chile and Brazil". *Latin American Perspectives* (3), 19-44.

Fagen, P. (1974). "The media in Allende's Chile". *Journal of Communication*, 24 (1), 59-70.

Fallaci, O. (1978). *Entrevista con la historia*. Barcelona: Noguer.

Farnsworth, E. (1974). "Chile: what was the U. S. role?: more than admitted". *Foreign policy Carnegie Endowment for International Peace* (New York, N.Y), 126-141.

Fazio, C. (1996). *El Tercer Vínculo. De la teoría del caos a la militarización de México*. Editorial Joaquín Mortiz, México.

Fazio, C. (2009). *Guerra imperial y desinformación. La mentira del Pentágono como arma de guerra*. Caracas: Imprenta Nacional Gaceta Oficial.

Felbel, N. (7 de noviembre de 2001). "Soviet Revolution & Jewish Question".
Recuperado el 12 de octubre de 2014, de
<http://lists.csbs.utah.edu/pipermail/marxism/2001-November/062778.html>.

Fernández-Savater, A. (24 de diciembre de 2013). *eldiario.es*. Recuperado el 21 de diciembre de 2013, de http://www.eldiario.es/interferencias/Ranciere-politica_del_99_6_221587865.html

Fernández, M. (1990). "Nuevas tendencias de la información". *Comunicación y Sociedad*, III (1 y 2), 209-225.

Fernandois, J. (1998). "¿Peón o actor?: Chile en la guerra fría: (1962-1973)". *Estudios Públicos* (Santiago, Chile) (72), 149-171.

Fide, A. S. (2011). *www.vatican.va*. Recuperado el 2 de octubre de 2013, de <http://www.archivistoricopropaganda.va/sp/archivio/storia.html>

Foucault, M. (1976). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Foucault, M. (2004). *Discurso y verdad en la antigua Grecia*. Barcelona: Paidós.

Fraguas de Pablo, M. (1985). *Teoría de la desinformación*. Madrid-Barcelona, Alhambra.

Fraguas de Pablos, M. (1986). *La desinformación en la sociedad actual*. Madrid-Barcelona, Alhambra.

Galeano, E. (sábado 10 de Abril de 1999). "La confesión de las bombas". *La jornada*. Recuperado el 13 de diciembre de 2013, de <http://www.jornada.unam.mx/1999/04/10/galeano.html>.

Galdón López, G. (1994). *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*. Navarra, Ediciones Universidad de Navarra. EUNSA.

Garay Vera, C. a. (2007). "El Mercurio y el 11 de Septiembre del 73". *Revista Universum*, 1 (22), 318-339.

Garcés, J. E. (1976). *Allende y la experiencia chilena. Las armas de la política*. Barcelona, Ariel.

Garcés, J. (1995). *Soberanos e intervenidos. Chile la Guerra Fría y después*. Santiago: Ediciones BAT.

García Márquez, G. (1974). *Chile, el golpe y los gringos*. Bogotá, Alternativa.

García, M. (28 de febrero de 2010). *www.observatoriofucatel.cl*. Recuperado el 10 de agosto de 2014 de <http://www.observatoriofucatel.cl/manuel-castells-chile-es-la-sociedad-red-mas-desarrollada-de-america-latina-2/> .

García, P. (1970). *El Caso Schneider. Operación Alfa*. Santiago de Chile, Quimantú.

Garretón, M. A. (1987). *La Unidad Popular y el conflicto político en Chile*. Santiago de Chile, Ediciones Minga.

Garretón, M. y Moulian, T. (1993). *La Unidad Popular y el conflicto político en Chile*. Santiago de Chile, Ediciones Chile América CESOC y LOM Ediciones.

Gee, G. (2004). *An introduction to discourse analysis: Theory and method*. London: Routledge.

Gelb, I. J. (1963). *A study of writing*. Chicago, University of Chicago Press.

GenroFilho, A. (2010-1987). *El secreto de la pirámide*. Caracas: Agencia Venezolana de Noticias.

Gerstlé, J. (2005). *La comunicación política*. Santiago de Chile, LOM ediciones.

Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid, Taurus.

Gil, J. C. (12 de enero de 2007). "El ethos retórico como fundamento de la persuasión periodística: la función del autor implícito dentro del editorial". *Revista UCM*. Recuperado el 12 de octubre de 2014, de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/ESMP0707110419A/12158>

Gilmor, M. (2013). "The Pinochet Regime and Chilean Politics". Recuperado el 22 de junio de 2014, de <http://www.e-ir.info/2013/04/03/the-pinochet-regime-and-chilean-politics/>

Goffman, E. (1986). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.

González Rodríguez, G. (2008). "The Media in Chile: The restoration of democracy and the subsequent concentration of media ownership". En J. Lugo-Ocando (Ed.), *The*

Media in Latin America (págs. 61-77). Berkshire, UK, Open University Press/McGraw-Hill.

González, M. (12 de octubre de 2011). <http://monogonzalez.blogspot.com.es>. Recuperado el 12 de agosto de 2014, de <http://monogonzalez.blogspot.com.es/2011/10/sobre-el-muralismo-sobre-el-mural-del.html>.

Graber, D. (4 de mayo de 2010). "Reporteros que cubrieron la Guerra de Vietnam se reúnen en la antigua Saigón". Recuperado el 13 de noviembre de 2014, de Blog PERIODISMO EN LAS AMERICAS. Journalism in the Americas. The University of Texas at Austin: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/reporteros-que-cubrieron-la-guerra-de-vietnam-se-reunen-en-la-antigua-saigon>

Grice, P. (1991). "Lógica y conversación". En L. Valdés, *La búsqueda del significado* (págs. 511-530). Murcia: Tecnos.

Grillo, B. (2 de marzo de 2014). Habitando all amenzogna. "Mentire". Recuperado el 23 de agosto de 2014, de <https://www.facebook.com/beppegrillo.it/posts/10151976530971545?fref=nf>.

Guardiola-Rivera, O. (2013). *Story of a Death Foretold: The Coup Against Salvador Allende, September 11, 1973*. New York, Bloomsbury Publishing PLC.

Guzmán, J. (6 de diciembre de 2008). "The Clinic V/S Mercurio", *theclinic.cl*. Recuperado el 20 de noviembre de 2014 de <http://www.theclinic.cl/2008/12/06/the-clinic-vs-mercurio/>.

Hackett, R.A. & Zhao, Y. (1998). *Sustaining Democracy? Journalism and the Politics of Objectivity*. Toronto: Garamond Press.

Haslam, J. (2005). *The Nixon administration and the death of Allende's Chile: a case of assisted suicide*. London: Verso.

Herman, E. y N. Chomsky (1988). *Apropaganda model." Manufacturing Consent: the Political Economy of the Mass Media*. New York, Panteón Books.

Hernández, J. (2009). *100 historias secretas de la segunda guerra mundial*. Barcelona, Tempus.

Hernández, R. Fernández, C. & P. Baptista (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F., Editorial McGraw-Hill.

Herrero, V. (2014). *Agustín Edwards Eastman: Una biografía desclasificada del dueño de El Mercurio*. Santiago de Chile, Debate.

Herreros, M. (1989). *En su libro Teoría y técnica de la propaganda electoral*. Barcelona: S.A. PPU.

Herreros, F. (18 de septiembre de 2008). "Nuevos documentos prueban el papel del diario "El Mercurio" contra la Unidad Popular". *www.rebellion.org*. Recuperado el 21 de agosto de 2014 de <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=72740>

Hitchens, C. (2002). *Trial of Henry Kissinger*. Paperback.

Hitler, A. (2003). *Mi lucha*. Jusego. Edición electrónica.

Hudec, V. (1980). *O que é Jornalismo?* Río de Janeiro: Fondo de Cultura.

Huici, M. A. (2010). *Guerra y propaganda en el siglo XXI. Nuevos mensajes, viejas guerra*. ALFAR.

Huff, M.& Rea, P. W. (2011). "La deconstrucción de engaño: 9 / 11, los medios de comunicación, información y Mito". *www.projectcensored.org*. California, Sonoma State, EE.UU.

Humblot, C. (13 de junio de 1974). "La historia de un pueblo en los muros de Chile. Conversación con José Balmes". *Breve imaginería política 1970-1973 de Chile*. Recuperado el 13 de diciembre de 2014 de <http://www.abacq.net/imagineria/003.htm>.

Harold Dwight Lasswell. *Infoamerica.org*. Recuperado el 23 de diciembre de 2013, de <http://www.infoamerica.org/teoria/lasswell1.htm>

Jacquard, R. (1988). *La desinformación: una manipulación del poder* Madrid, Espasa Calpe.

Jankélévitch, V. (1998). "Du mensonge en Philosophiemorale" en V. Jankélévitch, *Traité des vertus, Oeuvres philosophiques* (págs. 203-339). París, Flammarion.

Judt, T. (2006). *Postguerra*. España, Taurus.

- Judt, T. (2012). *Pensar el siglo XX*. España, Taurus.
- Kagelmann, H.J. & Wenninger, G. (1986). *Psicología de los medios*. Barcelona: Editorial Herder.
- Kant, I. (1986). *Sobre un presuntuoso derecho a mentir por filantropía*, en Teoría y práctica. Madrid: Technos.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P.F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New York: The Free Press.
- Kapuscinski, R. (Julio-Agosto de 1999). "¿Reflejan los media la realidad del mundo?" *Le Monde Diplomatique*.
- Keferstein, L. A. (2008). "Ensayo sobre la mentira". *Revista Opción* 151.
- Keller, A. (1988). *Teoría general del conocimiento*. Herder.
- Kissinger, H. (1975). *Mis Memorias*. De Buenos Aires, Argentina, Atlántida, S.A.
- Klein, N. (2007). *The Shock Doctrine*. London, PenguinBooks.
- Kornbluh, P. (2000). "Chile and the United States: Declassified documents relating to the military coup", September 11, 1973. Washington: *National Security Archive*, George Washington University.
- Kornbluh, P. (2003). *Los EE.UU. y el derrocamiento de Allende: una historia desclasificada*. Santiago de Chile: B.
- Kornbluh, P. (2003). *The Pinochet file: a declassified dossier on atrocity and accountability*. New York, The New Press.
- Koyré, A. (1997). "La función política de la mentira moderna". *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, (117) 502- (130) 514.
- Krout, M. (1931). "The Psychology of children's lies". *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol 26(1), Apr 1931, 1-27
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. España, Paidós.

La Tercera Reportajes. (2 de febrero de 2002). Edward Korry: "Frei Montalva quiso que hiciéramos el trabajo sucio". *La Tercera*.

Lagos, G. (julio de 2011). "Reflexiones sobre la Nacionalización del Cobre Chileno". Recuperado el 10 de julio de 2014, de Universidad Católica de Chile: <https://web.ing.puc.cl/~info/reflexiones-gustavo-lagos-nacionalizacion-cobre.pdf>.

Lagos, C. (2009). *El diario de Agustín: Cinco estudios de caso sobre El Mercurio y los derechos humanos*. Santiago de Chile, Lom Ediciones.

Lagos, R. "Discurso aniversario cena de gala de El Mercurio" (2001) Pronunciado en Casa de Piedra el 31 de mayo de 2000. *Emol.com*. Recuperado el 21 diciembre de 2014 de <http://www.emol.com/noticias/nacional/2000/06/01/22497/lagos-destaco-importancia-de-valores-permanentes-de-el-mercurio.html>.

Lakoff, G. & Johnson, M. (1993). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra.

Lakoff, G. (2007). *No penséis en elefantes*. Madrid, Complutense.

Landau, S. (2007). "Septiembre, el mes más cruel en Chile" en *Transnacional Institute*, disponible en: <http://www.tni.org/es/article/septiembre-el-mes-m%C3%A1s-cruel-en-chile>

Larraín, S. (2 de noviembre de 2011). *El Ciudadano*. Obtenido de Armando Uribe: "Siento vergüenza de ser chileno": <http://www.elciudadano.cl/2010/11/02/28327/armando-uribe-%E2%80%99Choy-siento-verguenza-de-ser-chileno%E2%80%99D/>

Larrauri, E. (4 de diciembre de 2006). "Sin mentira no cabe imaginar ninguna relación social". Entrevista: Ignacio Mendiola. *elpais.com*. Recuperado el 21 de diciembre de 2013, de: http://elpais.com/diario/2006/12/04/paisvasco/1165264801_850215.html.

Lasswell, H. D. (1971). *Propaganda Technique in the World War*. The MIT Press.

Laswell, H.D. & Blumsenstock, D. (1939). *World revolutionary propaganda: A chicago study*. New York, Knopf.

Lawerence, E. & Hillsdate, N.J. (1994). "The un seen power: Public relations". A history: *Public Relations Review*, 161-162.

Lettvin, J. T., Maturana, H. R., McCulloch, W. S., Pitts, W. H. (1968). "What the frog's eyes tell the frog's brain?" En W. & C. R. (Eds.), *Biological Approach to its functions* (págs. 233-258). Interscience.

Lévi-Strauss, C. (1997). *Tristes Trópicos*. Barcelona, Paidós.

Lewis, G.A. & Saarni, C.(Eds.). (1993). *Lying and deception in every day life*. Nueva York: NY: Guilford Press.

Lewis, G. J., Kanai, R., Rees, G. & Bates, T. C. (2014). "Neural correlates of the 'goodlife': Eudaimonic well-being is associated with insular cortex volume" (O. U. Press, Ed.) *Social Cognitive and Affective Neuroscience* (9(5)), 615-618 doi:10.1093/scan/nsu103. Author URL.

Lippmann, W. (2003). *Opinión Pública*. Madrid, Langre.

Ljubetic, I. (8 de julio de 2007). "Un líder llamado Luis Emilio Recabarren Serrano" Recuperado el 20 de agosto de 2014, de: <http://luisemiliorecabarren.cl/?q=node/280>.

Lobo, R. (28 de noviembre de 2014). Fontana: "Cuando las capas superiores consiguen movilizar, pactan y lo dejan todo colgado". Recuperado el 28 de noviembre de 2014, de eldiario.es: http://www.eldiario.es/politica/Fontana-superiores-conseguido-movilizar-colgado_0_327917514.html.

Longerich, P. (2012). *Goebbels, una biografía*, LBA libros.

Luhmann, N. (1990). *Sociedad y sistema: la ambición de la teoría*. España, Paidós Ibérica, S. A.

Liotard, J.-F. (1987). *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid, Cátedra.

Maarek, P. J. (1997). *Marketing político y comunicación*. Paidós.

Machado, A. (1928). *Canciones, Proverbios y cantares, LXXXV*.

Macnick y Martínez-Conde. (2013). *Los engaños de la mente*. Barcelona, Destino.

Mailer, N. (1973). *Hardcover*, New York, Grosset & Dunlop,

Mannheim, K. (1958). *Ideología y utopía. Introducción a la sociología del conocimiento*. Madrid, Aguilar.

Maras, S. (2013). *Objectivity in Journalism*. Sidney-Australia, John Wiley & Sons.

Marín, G. (1976). *Una historia fantástica y calculada: la CIA en el país de los chilenos*. México, D.F.: Siglo Veintiuno.

Martínez Selva, J. M. (2009). *La gran mentira*. Barcelona: Paidós.

Martínez-Conde, S. (marzo de 2010). Entrevista con Susana Martínez-Conde, neurocientífica del Barrow Neurological Inst., Phoenix. (E. Punset, Entrevistador) Recuperado el 19 de septiembre de 2014 en <http://www.redesparalaciencia.com/wp-content/uploads/2010/06/Entrevista-de-Eduard-Punset-con-Susana-Mart%C3%ADnez.pdf>.

Martínez, J. M. (2009). *Salvador Allende*. Asturias, Nobel.

Mateos, C. (30 de November de 2009). "Democracies and Media Systems: Action versus Distraction". *Project censored*. Recuperado el 11 de septiembre de 2014, de <http://www.projectcensored.org/democracies-and-media-systems-action-versus-distraction/>.

Mateos, C. (23 de junio de 2010). "Mercancía o derecho: leyes que regulan la comunicación en España y América". *Proyecto censurado*. Recuperado el 26 de agosto de 2014 de <http://www.proyectocensurado.org/capitulos/mercancia-o-derecho-leyes-que-regulan-la-comunicacion-en-espana-y-america/>.

Mattelart, A., Mattelart, M. & M. Piccini (1970). *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal*. Santiago de Chile, Cuadernos de la Realidad Nacional.

Mattelart, A. y M. Mattelart (1998). *Historia de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires, Paidós.

Mattelart, A. y M. Mattelart (1970). *Juventud chilena. Rebeldía y conformismo*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Mattelart, A. (1971). "El medio de comunicación de masas en la lucha de clases". *Pensamiento crítico*, Nº 53. 4-44.

Mattelart, A. (15 de noviembre de 2007). "Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, sociedad de control" - Entrevista con ArmandMattelart. (A. G. Castro, Entrevistador). *Cultures & Conflits*. Recuperado el 26 de agosto de 2014 en <http://conflits.revues.org/2682>.

Matus, J. (4 de octubre de 2014). Informe de EE.UU. dice que bombas en Chile son "terrorismo doméstico a baja escala". La Tercera.

Maturana, H. (2001). *Emociones y Lenguaje en Educación y Política*. Santiago de Chile, Dolmen.

Maturana, H., y Varela, F. (1992). *The tree of know ledge: biological roots of human understanding*. Shambhala.

Matza, D. (1981). *Sociología de la desviación*. Madrid, Taurus.

McChesney, R. W. (2004 a). "Corporate Media and the Threat to Democracy" (New York: Seven Stories Press, 1997). New York, *Monthly ReviewPress*.

McChesney, R. W. (2002). "Economía Política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado". En J. Vidal-Beneyto, *La ventana global* (págs. 233-247). España, Taurus.

McChesney, R. W. (2004b). "The Problem of the Media. New York", *Monthly Review Press*.

Mele, A. R. (2001). *Self-Deception Un masked*. Princeton UniversityPress.

Mendiola, I. (7 de octubre de 2010). "Elogio y crítica de la mentira". Recuperado el 24 de noviembre de 2014, de *La mentira y el autoengaño en la sociedad actual*: <http://www.fispiral.com.es/wp/wp-content/uploads/articulos/82.pdf>.

Mills, C. W. (1987). *La élite del poder*. Fondo de Cultura Económica.

Monckeberg, M. O. (2011). *Los magnates de la prensa. La concentración de los medios de comunicación en Chile*. Santiago de Chile, PinguinRomdomHouse Grupo Editorial.

- Montalván, M. V. (1971). *Informe sobre la información*. Barcelona, Fontanella.
- Montoya, R. y Pereyra, D. (2000). *El caso Pinochet y la impunidad en América Latina*. Buenos Aires, Pandemia.
- Mouchon, J. (1999). *Política y medios. Los poderes bajo influencia*. Barcelona: Gedisa.
- Morelli, A. (2002). *Principios elementales de la propaganda de guerra* (utilizables en tiempos de guerra fría, caliente o tibia). Hondarribia, Hiru.
- Moeller, S.D.(2004) *Media Coverage of Weapons of Mass Destruction*, Center for International and Security Studies at Maryland (CISSM), Maryland University. Recuperado el 2 de abril de 2014 de http://www.pipa.org/articles/WMDstudy_full.pdf.
- Moyers, B. (8 de noviembre de 2003). "KeynoteAddresstheNationalConferenceon Media Reform". Recuperado el 21 de mayo de 2013, de www.commondreams.org
- Morris, R., Mueller, S. &Jelin, W. (1974). "Through the Looking Glass in Chile: Coverage of Allende's Regime". *Columbia Journalism Review*, 13, 15-26.
- Muñoz Molina, A. (2010). "Mentiras Históricas. La fragilidad de la memoria". *Muy*, 6-8.
- Muñoz Torres, J. (1995). "Objetivismo, subjetivismo y realismo como posturas epistemológicas sobre la actividad informativa". *Comunicación y Sociedad*, vol VIII, nº 2, 141-171.
- Neruda, P. (1974). *Confieso que he vivido*. Barcelona, SeixBarral .
- Nietzsche, F. (1967). *Zur Genealogie der Moral. Dritte Abhandlung: was bedeutenasketische Ideales?* en Noelle-Neumann, 1995: 254.
- Nietzsche, F. (1888). *El ocaso de los ídolos* en "Historia de un error".
- Nietzsche, F. (2002). *La genealogía de la Moral: Un escrito polémico*. Madrid. Editorial Alianza
- Nixon, R. (25 de febrero de 1971). <http://www.nixontapes.org/chile.html>. "Discurso de Estado". Recuperado el 21 de diciembre de 2014, de <http://www.nixontapes.org/chile.html>.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del Silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona, Paidós.

Novoa M., E. (1972). *La batalla por el cobre*. Santiago de Chile, Ediciones Quimantú.

Nyberg, D. (1994). *The varnished truth*. Chicago, University of Chicago Press.

Observador. (1970). "Los sesenta días que conmovieron Chile". *Punto Final* (Nº 117), 2-5.

Olasky, M. (1985). "Bringing 'Order Out of Chaos': Edward Bernays and the Salvation of Society Through Public Relations". *Journalism History*, 12, 17-21.

Olivares, A. (1970). *El caso Schneider: Operación Alfa*. Santiago, Departamento de Difusión de la Empresa Editora Nacional Quimantú.

Opazo, C. y. (1990). *Páginas en blanco. El 11 de septiembre en La Moneda*. Santiago, Ornitorrinco.

Ortega y Gassess, J. (1916). *Verdad y Perspectiva. El informante*. Madrid, El Espectador- I.

Orwell, G. (1971). *Rebelión en la granja*. (Con prólogo de Bernard Crick). Recuperado el 23 de diciembre de 2014 de http://www.enxarxa.com/biblioteca/ORWELL%20Rebellion_en_la_granja.pdf

Orwell, G. (2009). *1984*. Barcelona: Destino.

Orwell, G. (1946). "Politics and the English Language". *Horizont*, IV (1945-1950), 252-264.

Ossandón, F., Reyes Matta, F., Ruiz, C., y Sunkel, G. (1986). "El Mercurio y la represión, 1973 a 1978". En F. R. Reyes Matta (Ed.), *La Investigación sobre la prensa en Chile (1974-1984)*. Santiago de Chile, CERC, Ilet.

Pagel, M. (julio de 2011). "Talks Mark Pagel How language transformed humanity". *TED*. Recuperado el 12 de junio de 2013 de: http://www.ted.com/talks/mark_pagel_how_language_transformed_humanity.

Patten, D. (2003). "How do we deceive our selves?" *Philosophical Psychology*, 229-247.

Parenti, M. (mayo de 2001). "Monopoly Media Manipulation". Recuperado el 2014 de 10 de noviembre, de <http://www.michaelparenti.org/MonopolyMedia.html>

Pena Pérez, M. (13 de mayo de 2013). "La única forma de reducir la propaganda en una guerra es que haya muchos periodistas sobre el terreno". *eldiario.es*. Recuperado el 12 de noviembre de 2014 de http://www.eldiario.es/galicia/reducir-propaganda-guerra-periodistas-terreno_0_131937305.html

Pérez Cortés, S. (1998). "La prohibición de mentir". *Espiral*. Vol. V, núm. 13, septiembre-diciembre, Universidad de Guadalajara, 185-191.

Petras, J. F. & Morley, M.H. (1975). *The United States and Chile: imperialism and the over throw of the Allende government*. New York, Monthly Review Press.

Phillips, P. y Soeiro, K. (2013). "El 1% global: Desenmascaramiento de la Súper-Clase Dominante Transnacional". *Project Censored*. Recuperado el 12 de noviembre de 2014 de http://ciaramc.org/ciar/boletines/cr_bol458.htm.

Pilger, J. (7 de agosto de 2007). "Sobre la propaganda, la prensa, la censura y la resistencia contra el imperio estadounidense". Recuperado el 13 de agosto de 2014, de *Democracy Now*: <http://www.democracynow.org/article.pl?sid=07/08/07/130258>.

Pineda, A. (2002). "José Saramago apuntaba recientemente en una conferencia en Sevilla" (enero de 2001). *Revista Latina de Comunicación Social*, 191-210.

Pineda, A. (2006). *Elementos de una teoría comunicacional de la propaganda*. Valencia: Ediciones Alfaro.

Pinker, S. (2001a). *Cómo funciona la mente*. Madrid, Destino.

Pinker, S. (2001b). *El instinto del lenguaje*. Madrid, Editorial Alianza.

Pinker, S. (2002). *La tabla rasa*. Barcelona, Paidós.

Póo, X. y Portales, F. (6 de abril de 2008). "De cómo la Concertación mató la prensa de Izquierda en Chile". Entrevista con Juan Pablo Cárdenas. [www.luisemiliorecabarren .cl](http://www.luisemiliorecabarren.cl).

Recuperado el 28 de noviembre de 2014 de
<http://www.luisemiliorecabarren.cl/?q=node/800>.

Pratkanis, A. y Aronson, E. (1994). *La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión*. Barcelona, Paidós Ibérica.

Propper, E.M. y Branch, T. (1984). *Laberinto*. Santiago de Chile: Antártica.

Proust, M. (1946). *À la recherche du tempsperdu. La prissionière*. Québec: La Bibliothèqueélectronique du Québec.

Puente, A. (23 de abril de 1997). "La mentira "absoluta" domina el mundo actual, afirma Derrida". Recuperado el 7 de agosto de 2014, de elpais.com:
http://elpais.com/diario/1997/04/23/cultura/861746404_850215.html.

Punto Final. (1970). "Frei dirige conspiración contra el pueblo". Chile, *Punto Final* (Nº 114), 2-3.

Qureshi, L. Z. (2008). *Nixon, Kissinger, and Allende: US involvement in the 1973 coup in Chile*. Lanham, Maryland, Rowman & Littlefield.

Ramonet, I. (enero de 2005). "Medios de comunicación en crisis". Recuperado el 11 de setiembre de 2013, de *Le Monde Diplomatique*: Ver Rebelion.org
<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=9510>.

Ramonet, I. (2009). *Desinformación* (Prólogo), Barcelona, Península

Randolph, S. P. (2014). "Foreign Relation of the United States 1969-1976". Vol. XXI - Chile 1969-1973. Washington, D. C, Department of State, USA.

Revista Cauce (1984). "Pinochet indultó a los asesinos del Capitán Araya". Santiago de Chile.

Rey, F. (2006). *Edward Bernays. El día en que se inventaron las relaciones públicas*, Buenos Aires, EDUCA.

Reyzábal, M. V. (2002). *Didáctica de los discursos persuasivos: la publicidad y la propaganda*, La Muralla, S.A.

Rodero, E. (2000). "Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo". Actas del III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación. Salamanca, Publicaciones Universidad Pontificia. Disponible en: www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-propaganda-nazismo-html (Consultado el 26/08/2014)

Rodrigo-Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós.

Rojas, G. (22 de octubre de 2014). "Comunistas, terror y terrorismo". *El Mercurio*. Recuperado el 24 de octubre de 2014 de <http://www.elmercurio.com/blogs/2014/10/22/26239/Comunistas-terror-y-terrorismo.aspx>.

Rojas, R. (1974). *Estos mataron a Allende*. Barcelona, Martínez Roca S.A.

Salazar, G. (2010). *Conversaciones con Altamirano. Memorias críticas*. Santiago de Chile, Debate.

Sánchez Díez, A. y Aparici, R. (2008). *Manipulación y medios en la sociedad de la información*. Ediciones de la Torre.

Sanchís, I. (3 de septiembre de 2012). "Nuestras decisiones se basan en ilusiones y falsas memorias". *lavanguardia.com*. Recuperado el 12 de junio de 2014 de <http://www.lavanguardia.com/lacontra/20120903/54345758891/la-contra-michael-s-gazzaniga.html>.

Sanders, K. (2003). *Ethic & Journalism*. London, Sage.

Saúl, E. (1972). *Pintura social en Chile*. Santiago de Chile, Quimantú.

Schudson, M. (2001). "The objectivity norm in American journalism". *Journalism*, 149-170.

Selser, G. (1987). *Salvador Allende y Estados Unidos: la CIA. y el golpe militar de 1973*. Puebla-México, Universidad Autónoma de Puebla.

Serguéiev, F. (1980). *Chile, el gran negocio y la CIA*. Moscú, Progreso.

Serrano, P. (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Península.

Serrano, P. (2011). *Contra la neutralidad. Tras los pasos de John Reed, Ryszard Kapuscinsky, Edgar Snow, Rodolfo Walsh y Robert Capa*. Barcelona, Península.

Kaplan, R.L. Kaplan (2002). *Politics and the American Press: The Rise Of Objectivity, 1865-1920*, Cambridge University Press.

Sigmund, P. E. (1977). *The overthrow of Allende and the politics of Chile, 1964-1976*. Pittsburgh, PA, University of Pittsburgh Press.

Sigmund, P.E. (1974). "El bloqueo invisible y la caída de Allende". *Estudios internacionales* (Año VII26), 20-38.

Sirvent, C. (2010). "¿Por qué mienten los borrachos cuando están sobrios? La mentira y la ilusión en la sociedad actual". Madrid: Departamento de publicaciones, Fundación Instituto Spiral.

Smith, B. (7 de agosto de 2012). "Cómo funciona la desinformación". Recuperado el 12 de agosto de 2014, de rebellion.org: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=154616>

Sociedad Iberoamericana de Prensa. (s.f.). www.sipiapa.org. Recuperado el 12 de agosto de 2013, de <http://www.sipiapa.org/portfolio/agustin-edwards/>.

Soria, C. (1997). *El laberinto informativo: una salida ética*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, S.A. (Eunsa).

Soto, Á. (1995). *El Mercurio y la difusión del pensamiento político económico liberal 1955-1970*. Santiago de Chile, Instituto Libertad.

Sperber, D. & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford, Blackwell.

"State of the media. An annual report on American journalism". (2006). Recuperado el 12 de noviembre de 2014, de (<http://www.stateofthemedias.org/2006/>)

Stein, e. (2 de julio de 2010). [washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com). "Nixon and Kissinger joked over Chile assassination". Recuperado el 20 de agosto de 2014, de http://blog.washingtonpost.com/spy-talk/2010/07/nixon_tape_reveals_oval_office.html.

Stern, L. (7 de septiembre de 1973). International Herald Tribune.

Stonor Saunders, F. (2013). *La CIA y la guerra fría cultural*. Barcelona, Debate.

Sunkel, G. (1986). "El Mercurio como medio de educación político ideológico (1969-1979)". En F. Reyes Matta (Ed.), *Investigación sobre la prensa en Chile (1974-1984)*. Santiago de Chile, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales.

Sunkel, G. (1983). *El Mercurio: 10 años de educación político-ideológica. 1969-1979*. Santiago de Chile, Estudios ILET.

Sweeney, H. M. (6 de junio de 2011). "Las 25 reglas de la desinformación" (manual político para ocultar la verdad). <http://vigilantcitizen.com>. Recuperado el 10 de noviembre de 2014, de <http://vigilantcitizen.com/latestnews/the-25-rules-of-disinformation/>.

Tchakhotine, S. (1986). "Secreto del éxito de Hitler: la violencia psíquica". En M. d. (Ed.), De Moragas, M. *Sociología de la comunicación de masas* (Vol. 3: Propaganda política y opinión pública). Barcelona, Gustavo Gili.

Tironi, E., & Sunkel, G. (2000). "The modernization of communications: The media in the transition to democracy in Chile". En R. a. Gunther (Ed.), *Democracy and the media: A comparative perspective* (págs. 165-194). Cambridge, UK, Cambridge University Press.

Touraine, A. (1974). *Vida y Muerte del Chile Popular*. México, Siglo Veintiuno Editores.

Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: The free press.

Tuchman, G. (1972). "Objectivity as a Strategic Ritual". *American Journal of Sociology*, 660-679.

U.S. Government. (1975). *Alleged Assassination Plots Involving Foreign Leaders*. Washington: U.S. Government printing office.

U.S. Senate, LXXXIII Congreso. (1973). *Hearings before the Subcommittee on Multinational Corporations*. Washington D. C., U.S. Government Print of.

Uribe, A. y Opaso, C. (2001). *Intervención norteamericana en Chile: (dos textos claves)*. Santiago de Chile, Sudamericana.

Uribe, H. (1998). "Prensa y periodismo político en los años 1960-1970". En E. Carmona, *Morir es la noticia*. Santiago de Chile.

Sommer, V. (1995). *Elogio de la mentira*. Barcelona, Galaxia Gutenberg.

Valech, Comisión. (18 de agosto de 2011). "Informe Valech". www.indh.cl. Recuperado el 12 de agosto de 2014, de: <http://www.indh.cl/informacion-comision-valech>.

Van Dijk, T. (2009). *Discurso y Poder*. Barcelona, Gedisa.

Van Dijk, T. (15 de enero de 1994). "Discurso, poder y cognición social". Recuperado el 14 de agosto de 2013, de Cátedra UNESCO: http://www.geocities.com/estudiscurso/vandijk_dpcs.html

Vanaik, A. (. (2010). *Casus belli: Cómo los Estados Unidos venden la guerra*. TNI ebook.

Varas, F. (1972). *Conversaciones con Viaux*. Santiago de Chile: Edición Privada.

Vattimo, G. (2010). *Adiós a la verdad*. Barcelona: Gedisa.

Vattimo, G. (19 de 12 de 2012). *La verdad se defenderá sola*. Buenos Aires, Argentina.

Verdugo, P. (2003). *Allende: cómo la Casa Blanca provocó su muerte*. Santiago de Chile, Catalonia.

Vidal-Beneyto, J. (5 de julio de 2004). "Le Monde' y los diarios de referencia". Obtenido de elpais.com: http://elpais.com/diario/2004/07/05/sociedad/1088978406_850215.html

Vidal-Beneyto, J. (13 de enero de 2007). "Guerra ideológica. Hacia una sociedad civil global". Recuperado el 12 de octubre de 2014, de elpais.com: http://elpais.com/diario/2007/01/13/opinion/1168642813_850215.html

Ward, S. J. (2004). *The Invention of Journalism Ethics*. Québec: McGill-Queen's University Press.

Weidt, B. (31 de marzo de 2001). "4: Qualifikation". Recuperado el 13 de agosto de 2014, de *Zehn Regeln zum Lügen*: <http://www.rhetorik.ch/Wahrheit/Luege.html>.cit en Catalán, M. *El engaño y la Inteligencia*.

Wilde, O. (s.f.). "La decadencia de la mentira". *medellindigital.gov.co*. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de:http://www.medellindigital.gov.co/Mediateca/repositorio%20de%20recursos/Wilde,%20Oscar/Wilde_Oscar-La%20decadencia%20de%20la%20mentira.pdf.

Wittgenstein, L. (1988). *Investigaciones filosóficas*. Barcelona: Crítica.

Wortham, S. & Locher, M. (1999). "Embedded metapragmatics and lying politicians". *Language and Communication*, vol.19, N° 2, 109-125.

Wright Mills, C. (1956) *La Elite del Poder*. México: Fondo de Cultura Económica.

Wright Mills, C. (1986). "Análisis funcional y comunicación de masas". En M. (. Moragas, *Sociología de la comunicación de masas* (Vol. II). Barcelona, Gustavo Geli.

Zallo, R. (2010). "La política de Comunicación Audiovisual del Gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal". *Revista Latina de Comunicación Social* (65), 14-29.

PELÍCULAS

An interview with Salvador Allende President of Chile (1971). Documental dirigido por Landau, S.

“Asunción del mando Presidente Allende” (2008) *Reportaje* de TVN Chile.

“Chile 1973: los meses previos al Golpe” (2013). Conferencia Joan Garcés en UHC – Video.

"Chile, 40 años después" (2013). Video de Conferencia de Alan Touraine en Museo de la Memoria, Chile.

Claude Lévi-Strauss (1972) Entrevista, video dirigido por Beuchot, P.

Derrida, J. (7 de enero de 1999). “Sobre la mentira en política”. Entrevista, (A. S. Staccato, Entrevistador). En *Staccato*, programa televisivo de France Culturel.

Diálogos del Sur (2012) Película dirigida por Vanessa Silva e Leonardo Wexell Severo. Recuperado el 12 de octubre de 2014, de <http://www.dialogosdelsur.org/stella-calloni-desinformacion-es-un-arma-de-guerra-del-pentagono/14122012/>.

El coleccionista de cerebros (2013). Película de National Geographic. UK.

El diario de Agustín (2008). Película dirigida por Fernando Agüero, Chile.

El diálogo de América (1971). Película dirigida por Covacevich, Á. Chile

El hundimiento del Lusitania (2013). Película de National Geographic

El tercer Reich: El ascenso (2012). Película de History Channel

Entrevista a Gabriel Salazar (11 de septiembre de 2013). “No vamos a olvidar el golpe, mientras no construyamos una nueva sociedad” BIO-BIO CHILE TV. Chile.

Estadio Nacional (2002). Película dirigida por Carmen Luz Parot. Chile

Garcés, J. (13 de junio de 2013). “Chile 1973: los meses previos al Golpe”. *Departamento de Historia UAH*. Recuperado el 3 de mayo de 2014, de Data de publicación: 17/06/2013. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Q7ux8vf0hwg>.

Golpe de Estado en Santiago (2013). Reportaje RTVE. España.

Jacques Lacan parle (1972). - Un film de – 58' 1972 dirigido por Wolff, F

La Batalla de Chile (1975). Película dirigida por Patricio Guzmán, Chile- Cuba.

La revolución cultural de Salvador Allende (2008). En TeleSur de Venezuela

La Spirale, (1976) Película dirigida por Mattelart, A. M. Francia

La noche temática (2014). *El arte de olvidar*. La 2, RTVE, España.

Salvador Allende (2002). Película dirigida por Patricio Guzmán, Chile.

“Salvador Allende y el Tanquetazo” (2008) video de *La huella de Chile*. Recuperado el 27 de noviembre de 2014 en https://www.youtube.com/watch?v=7dC_dHeRYoI

Pienso luego existo (2013). *Entrevista a Castells*. RTVE . España

¿*Quién Mató a Víctor Jara?* (2013) Chilevisión. Recuperado el 2 de Noviembre de 2013 de <http://www.youtube.com/watch?v=-PtO3OyNhW4>

Redes (2011). *El cerebro construye la realidad*. RTVE a la carta, España. Recuperado el 23 de diciembre de 2014 de <http://www.rtve.es/alacarta/videos/redes/redes-cerebro-construye-realidad/1236886/>

Shadow of liberty (2012). Película dirigida por Tremblay, J.P.

The century of the self: Happiness Machines (2002). Película dirigida por Curtis, A.; Canadá.

The lottery of birth (2013). Película dirigida por Martínez, R.

Žižek! (2005). Documental dirigido por Taylor, A.

ENTREVISTAS

Durante el desarrollo del presente trabajo fueron entrevistadas las siguientes personas:

- Armand Mattelart (enero de 2012)
- Alejandro Fernández Allende (mayo de 2012)
- Emilio Pacull (junio de 2011)
- Joan E. Garcés (mayo de 2012)
- Jesús Manuel Martínez (agosto de 2010)
- Margarita España (junio de 2011)
- Tito Drago (abril de 2010)
- Marcía Tambutti Allende (junio de 2011)
- Petra Gertke (abril de 2010)

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRILI
"LA DESINFORMACIÓN, EE.UU., ALLENDE Y EL MERCURIO. CARTOGRAFÍA DE UN ACONTECIMIENTO"
Francisco Javier Alvear López

ANEXOS

ANEXO 1.INFORME CHURCH

ACCION ENCUBIERTA EN CHILE

1963-1973

[Nota Documental Nizkor](#)

94 Congreso Primera Sesión

ACCION ENCUBIERTA EN CHILE 1963-1973

**INFORME DE LA COMISION DESIGNADA PARA ESTUDIAR LAS
OPERACIONES GUBERNAMENTALES CONCERNIENTES A ACTIVIDADES
DE INTELIGENCIA**

SENADO DE LOS ESTADOS UNIDOS

18 de diciembre de 1975

**Impreso para el uso de la Comisión Electa para el Estudio de Operaciones
Gubernamentales concernientes a Actividades de Inteligencia**

**IMPRENTA DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS 63-372
Washington: 1975**

Nota: Desde la vista celebrada el 4 de diciembre de 1975, la Comisión Electa, en el curso de su investigación, ha recibido información adicional que viene a complementar los apartados siguientes del Informe sobre Acción Encubierta en Chile: Sección III.A.4, el Papel de las Corporaciones Multinacionales; Sección IV.B.1.e, Estimaciones de Inteligencia y Acción Encubierta; y Sección IV.C, Supervisión del Congreso.

Toda la información pertinente sobre los puntos más arriba relatados será contemplada en el Informe Final que la Comisión Electa eleve al Senado.

**COMISION DEL SENADO DESIGNADA PARA ESTUDIAR LAS
OPERACIONES GUBERNAMENTALES CONCERNIENTES A ACTIVIDADES
DE INTELIGENCIA**

FRANCK CHURCH, Idaho, Presidente

JOHN G. TOWER, Texas, Vicepresidente

PHILIP, A. HART, Michigan HOWARD H. BAKER, Jr., Tennessee - WALTER F. MONDALE, Minnesota BARRY GOLDWATER, Arizona - WALTER D. HUDDLESTON, Kentucky CHARLES McC. MATTHIAS, Jr., Maryland - ROBERT MORGAN, Carolina del Norte RICHARD SCHWEIKER, Pensilvania - GARY HART, Colorado - HOWARD H. BAKER, Jr., Tennessee - BARRY GOLDWATER, Arizona - CHARLES McC. MATHIAS, Jr., Maryland - RICHARD SCHWEIKER, Pensilvania

WILLIAM G. MILLER, Staff Director

FREDERICK A. O. SCHWARZ, Jr., Chief Counsel

CURTIS R. SMOTHERS, Counsel to the Minority

AUDREY HATRY, Clerk of the Committee

Introducción

Las declaraciones de los hechos contenidos en este informe son verdaderas bajo las mejores cualidades del personal de la Comisión para determinarlos. El informe y todos los juicios expresados en él están probados. Varias áreas son meramente mencionadas en él; la investigación en estas áreas continúa. El fin del informe es señalar los hechos básicos de la acción encubierta en Chile para capacitar a la Comisión y sostener audiencias públicas.

Este informe está basado en una extensa revisión de documentos de la Agencia Central de Inteligencia, El Departamento de Estado y Defensa, y el Consejo de Seguridad Nacional; y bajo testimonio de oficiales y antiguos oficiales. Con muy pocas excepciones, algunos nombres de chilenos y de Instituciones Chilenas, han sido omitidos para evitar revelaciones de fuentes y métodos de inteligencia y para evitar daños innecesarios a chilenos que cooperan con la Agencia Central de Inteligencia. Sin embargo, el informe procura ofrecer una imagen exacta del alcance, los fines y la magnitud de la acción encubierta de los Estados Unidos en Chile.

Índice

I. [Resumen y antecedentes](#)

- A. [Resumen: Acción Encubierta en Chile](#)
- B. [Consecuencias](#)
- C. [Antecedentes Históricos en las relaciones Estados Unidos-Chile](#)

II. [Alcance de la Acción Encubierta en Chile](#)

- A. [Acción Encubierta y otras Actividades Clandestinas](#)
- B. [Acción Encubierta en Chile: Técnicas](#)
- C. [Acción Encubierta y Corporaciones Multinacionales](#)

III. [Principales Programas de Acción Encubierta y sus Efectos](#)

- A. [La Elección Presidencial de 1964](#)
- B. [Acción Encubierta 1964-1969](#)
- C. [Las Elecciones de 1970: Una campaña de "Ruina"](#)
- D. [Acción Encubierta entre el 4 de septiembre y el 24 de octubre de 1970](#)
- E. [Acción encubierta durante los años de Allende: 1970-1973](#)
- F. [Después de 1973](#)

IV. Chile: Autorización, Valoración y Supervisión(*)

- A. Comisión40 de Control y Autorización: Chile 1969-1973
- B. Estimaciones de Inteligencia y Acción Encubierta
- C. Supervisión del Congreso

V. [Conclusiones Preliminares](#)

- A. [Acción Encubierta y Política Exterior de los Estado Unidos](#)
- B. [Mando Ejecutivo y Control de la Principal Actividad Encubierta](#)
- C. [El Papel del Congreso](#)
- D. [Criterios de Inteligencia y Operaciones Encubiertas](#)
- E. [Efectos de los Principales Programas de Acción Encubierta](#)

[Apéndice Cronológico: Chile 1962-1975](#)

(*) Este capítulo será traducido en breve al español. Entre tanto, remitimos a la versión original del documento en inglés. This Section will soon be translated into Spanish. You may always consult its original English version.

Acción Encubierta en Chile 1963-1973

I. Resumen y antecedentes

A. Resumen: acción encubierta en Chile

La involucración de la acción encubierta de los Estados Unidos en Chile en la década entre 1963 y 1973 fue extensa y continuada. La Agencia Central de Inteligencia gastó tres millones de dólares como esfuerzo para influir en el resultado de las elecciones presidenciales chilenas de 1964. Ocho millones de dólares fueron gastados,

secretamente, en los tres años entre 1970 y el golpe militar en Septiembre 1973, con más de tres millones de dólares gastados sólo^[1] en el año fiscal 1972.

No resulta fácil dibujar una figura clara acerca del significado de "acción encubierta". El alcance de las actividades clandestinas llevadas a cabo por la CIA incluye acción encubierta, recolección de inteligencia clandestina, enlace con policía local y servicios de inteligencia, y contra inteligencia. Las distinciones entre los tipos de actividades están reflejados en los disposiciones organizacionales, tanto del Cuartel General como del campo. Sin embargo, no siempre es tan fácil distinguir los efectos de diversas actividades. Si la CIA proporciona apoyo un partido político, esto se llama "acción encubierta"; si la Agencia desarrolla un pago "de infiltración" a un partido político con el fin de recabar información, el proyecto es denominado como "recogida de inteligencia clandestina".

El objetivo de la acción encubierta es de impacto político. Al mismo tiempo relaciones secretas desarrolladas para la recogida de inteligencia clandestina pueden tener también repercusiones políticas, incluso a pesar de no haber una "intención manifiesta" por los oficiales americanos para manipular las relaciones de influencia política a corto plazo. Por ejemplo, en Chile entre 1970 y 1973, la CIA y militares americanos establecieron contactos con militares chilenos con el fin reunir materiales de inteligencia y permitir a los Estados Unidos entrar en comunicación con el grupo con más posibilidades para arrebatarse el poder al Presidente Salvador Allende.

¿Qué compró en Chile la CIA con el dinero de esta operación encubierta? Financió actividades cubriendo un amplio espectro, desde simple propaganda manipuladora con la prensa hasta apoyo a gran escala de partidos políticos chilenos, desde encuestas de opinión pública hasta tentativas directas para fomentar un golpe militar. El panorama de actividades "normales" de la Central-CIA en Santiago incluía la inserción de materiales propagandísticos creados por la Central en los medios de comunicación chilenos mediante el pago, apoyo directo a publicaciones, y esfuerzos para oponerse a los comunistas y al ala izquierdista de las organizaciones de estudiantes, campesinos y trabajadores.

Además de estas actividades "rutinarias", la Central de la CIA en Santiago fue varias veces llamada a emprender grandes proyectos específicos. Cuando los oficiales expertos en Washington percibían peligros concretos, u oportunidades, en Chile, la CIA desarrollaba sus proyectos especiales, a menudo como parte de un paquete de acciones de los Estados Unidos. Por ejemplo, la CIA gastó más de tres millones de dólares en un programa electoral en 1964.

Media década más tarde, en 1970, la CIA se empleó en otro esfuerzo especial, esta vez como respuesta expresa al Presidente Nixon y bajo mandato de no informar a los Departamentos de Estado o Defensa o Embajador acerca del proyecto. Tampoco fue informada la 40 Comisión. ^[2] La CIA intentó, directamente, fomentar un golpe militar en Chile. Se entregaron tres armas a un grupo de oficiales chilenos que planeaban un golpe. Comenzando con el secuestro del Comandante en Jefe del Ejército Chileno Rene Schneider. Sin embargo, estas armas fueron devueltas. El grupo que protagonizaba el fallido secuestro de Schneider, el cual resultó muerto, aparentemente no era el mismo grupo que recibió las armas de la CIA. ^[3]

Cuando el intento de golpe falló y Allende fue proclamado Presidente, la CIA fue autorizada por la Comisión 40 para financiar los grupos de Chile opuestos a Allende. Los esfuerzos fueron masivos. Se gastaron ocho millones de dólares en tres años entre las elecciones en 1970 y el golpe de Estado en septiembre de 1973. El dinero se suministró a organizaciones de comunicación, partidos políticos de la oposición y, en cantidades limitadas, a organizaciones del sector privado.

Numerosas acusaciones se han hecho acerca de las actividades encubiertas de los Estados Unidos en Chile durante 1970-73. Varias de ellas son falsas; otras son medias verdades. En la mayoría, la respuesta a las acusaciones deben ser ponderadas:

¿Estuvieron los Estados Unidos DIRECTAMENTE involucrados, secretamente, en el golpe en Chile de 1973?. La comisión no ha encontrado evidencias de que fuera así. Sin embargo, los Estados Unidos se esforzaron en 1970 para fomentar un golpe militar en Chile; después de 1970 se adoptó una política manifiesta y encubierta, de oposición a Allende; y continuaron en inteligencia los contactos con militares chilenos, incluyendo los oficiales que participaron en el complot del golpe.

¿Suministraron los Estados Unidos secretamente apoyo a la huelga de camioneros u otros huelguistas durante 1971-73? La Comisión 40 no aprobó ningún tipo de apoyo. Sin embargo, los Estados Unidos entregaron dinero a grupos del sector privado que apoyaba a los huelguistas. Y en al menos un caso, una pequeña cantidad de dinero de la CIA se entregó a una organización del sector privado, contraria a las reglas básicas de la CIA. ¿Proporcionaron los Estados Unidos apoyo secreto a organizaciones terroristas del ala derecha durante 1970-73?

La CIA dio apoyo en 1970 a uno de los grupos cuyas tácticas se volvieron más violentas con el tiempo. Durante 1971 ese grupo recibió pequeñas sumas de dinero americano a través de terceros partidos para fines específicos. Y es posible que el dinero fuera entregado a estos grupos de la extrema derecha desde los partidos de la oposición política que tenían apoyo-CIA.

El modelo de acción encubierta de los Estados Unidos en Chile es impresionante pero no único. No solo se alzó en un contexto de política exterior Americana sino que también se involucraron secretamente en otros países dentro y fuera de Latinoamérica. La escala de complicación de la CIA en Chile fue inusual pero no quiere decir sin precedentes.

B. Consecuencias

El caso Chileno plantea la mayoría de las consecuencias vinculadas con la acción encubierta como un instrumento de la política exterior Americana. Esta consistió en prolongados, frecuentes y duras intervenciones en la política chilena: esta incluyó una variedad de métodos de acción encubierta, salvo las operaciones militares encubiertas; ello revela una variedad de diferentes procedimientos de autorizaciones, con diferentes implicaciones para supervisión y control. Como un caso de acción encubierta de los Estados Unidos, los juicios de acciones pasadas son sistematizados por su propio bien; más que ser interpretadas para servir como bases para formular futuras recomendaciones

Las cuestiones básicas son claramente indicadas

(1) ¿Por qué los Estados Unidos montaron tan amplio programa de acción encubierta en Chile? ¿Por qué este programa continuó y se expandió en los comienzos de 1970?

(2) ¿Cómo fue dirigida y autorizada este programa principal de acción encubierta? ¿Cuáles fueron los papeles que desempeñaron el Presidente, la Comisión 40, la CIA, los Embajadores y el Congreso?

(3) ¿Tomaron nota los que hacen política en Estados Unidos de los juicios de los analistas de inteligencia en Chile cuando formulaban y aprobaban las operaciones secretas de los Estados Unidos? ¿Ilustra la experiencia chilena un conflicto inherente entre el papel de Jefe Central de Inteligencia como aportación de inteligencia y su papel como director de operaciones secretas?

(4) ¿Justifica el trato recibido en Chile el nivel de respuesta de los Estados Unidos? ¿Cuál fue el efecto de tan concentrado y prolongado programa de acción política encubierta en Chile? ¿Cuáles fueron los efectos, ambos tanto dentro como en el exterior, de las relaciones que se desarrollaron entre las Agencias de Inteligencia y corporaciones multinacionales americanas?

C. Antecedentes históricos en las recientes relaciones Estados Unidos- Chile

1. Política y Sociedad Chilena: un repaso

Chile ha tenido históricamente un atractivo más que notable dentro de Latinoamérica, y más recientemente, a nivel mundial, que a primera vista su remota posición geográfica y una escasa población de once millones no sugerirían. La historia de Chile ha tenido una notable continuidad de los principios cívicos y democráticos. Desde la Independencia en 1818 hasta el golpe de estado militar de Septiembre de 1973, Chile sufrió sólo tres interrupciones en su tradición democrática. Desde 1932 hasta el derrocamiento de Allende en 1973, la norma constitucional en Chile no fue rota.

Chile desafía los estereotipos simplistas de los Norteamericanos sobre Latinoamérica. Con más de dos tercios de su población viviendo en ciudades, y una renta per cápita (GNP) de \$760, Chile es uno de los países más industrializados y urbanizados de Latino América. La mayoría de la población chilena sabe leer y escribir. Chile tenía un avanzado programa de bienestar social, a pesar de que sus beneficios no alcanzaron la mayoría de los pobres hasta que la participación popular empezó a ejercer en los comienzos de los 60. Los chilenos son fruto de un prolongado proceso de mezcla integrada por indígenas americanos con una variedad de inmigrantes europeos. Hasta septiembre de 1973 los chilenos llevaban sus demandas a un parlamento bi-cameral a través de un sistema multi-partidista y también una extensa formación económica, grupos de comercio y, más recientemente, asociaciones profesionales y empresariales.

2. Política de los Estados Unidos hacia Chile

La historia de la política de los Estados Unidos hacia Chile siguió los patrones de los intereses diplomáticos y económicos de los Estados Unidos en el hemisferio. En el

mismo año que los Estados Unidos reconocieron la Independencia Chilena, 1823, también se proclamó la Doctrina Monroe. Esta proclamación de política unilateral de los Estados Unidos fue dirigida a modo de aviso a las potencias europeas de no interferir en los asuntos políticos internos de este hemisferio.

La reacción de los Estados Unidos al aumento de poder de Fidel Castro sugirió que aunque la Doctrina Monroe hubiera sido abandonada, los principios que la promovieron seguían vivos. La presencia de Castro agujoneaba una nueva política de Estados Unidos en su hemisferio con especial significado para Chile, la Alianza para el Progreso. Hubo pequeños desacuerdos entre los políticos tanto al final de la Administración Eisenhower como al principio de la Administración Kennedy, dado que algo tenía que hacerse a la vista de la alarmante amenaza que suponía Castro para la estabilidad del hemisferio.

La reacción de los Estados Unidos ante el nuevo peligro para el hemisferio - revolución comunista- se transformó en una respuesta política dual. Extensa malnutrición, analfabetismo, gente desesperada sin hogar y hambre para la vasta mayoría de Latinoamericanos que eran pobres; éstos eran vistos como aliados del comunismo. En consecuencia, los Estados Unidos se comprometieron con préstamos a programas de desarrollo nacional y apoyaron regímenes civiles reformistas, todo como precaución para prevenir la aparición de otro Fidel Castro en nuestro hemisferio.

Pero hubo otro componente en la política de los Estados Unidos hacia Latinoamérica. Se desarrollaron técnicas de contra-insurgencia para combatir las guerrillas insurreccionales urbanas o rurales, a menudo animadas o apoyadas por el régimen de Castro. El desarrollo no podía curar de la noche a la mañana las enfermedades sociales que eran vistas como alimento básico del comunismo. Los nuevos préstamos de los programas de desarrollo nacional de los países de Latinoamérica debían empezar a dar su fruto. Mientras tanto, la amenaza comunista continuaría. El círculo vicioso que infestaba la lógica de la Alianza para el Progreso pronto fue evidente. Para eliminar rápidamente el peligro de la subversión comunista, a menudo se veía como necesario apoyar a las fuerzas armadas de Latinoamérica, sin embargo, frecuentemente estas mismas fuerzas armadas eran las que contribuían a congelar el status quo que la Alianza buscaba alterar.

De todos los países del hemisferio, Chile fue elegido para convertirse en vitrina para la nueva Alianza para el Progreso. Chile poseía la extensa infraestructura burocrática para planificar y administrar un programa de desarrollo nacional; además, su historia de apoyo popular a los Socialistas, Comunistas y otros partidos de la izquierda se percibía en Washington como un coqueteo con el comunismo. Entre los años 1962 y 1969, Chile recibió indirectamente más de un billón de dólares en ayuda directa de los Estados Unidos, préstamos y subvenciones incluidas. Chile recibió más ayuda por habitante que cualquier otro país del hemisferio. Entre 1964 y 1970, entre 200 y 300 millones de dólares en crédito de corto plazo fueron continuamente facilitados a Chile desde bancos privados americanos.

3. Partidos Políticos Chilenos: 1958-1970

Las elecciones de 1970 suponía la cuarta vez que Salvador Allende había sido elegido candidato presidencial de la izquierda chilena. Su personalidad y su programa

resultaban familiares a los votantes chilenos. Su plataforma fue similar en las tres elecciones: esfuerzos para redistribuir la renta y reformar la economía chilena, empezando con la nacionalización de las principales industrias, especialmente las empresas de cobre; gran expansión de la reforma agraria; y extensión de relaciones con los países socialistas y comunistas.

Allende era uno de los cuatro candidatos en las elecciones de 1958. Sus principales adversarios eran Jorge Alessandri, un conservador y Eduardo Frei, el candidato del recién formado Partido Demócrata Cristiano, el cual luchaba contra el tradicional Partido Radical centrista. La coalición de Allende no era una alianza fácil, compuesta fundamentalmente por partidos socialistas y comunistas, bajo las siglas de Frente de Acción Popular (FRAP). El mismo Allende, un Marxista declarado, era considerado como moderado dentro del Partido Socialista, el cual abarcaba desde la extrema izquierda hasta los social-demócratas moderados. Los Socialistas sin embargo, fueron más activos que el pro-soviético y burocrático -a pesar de estar enormemente organizados y disciplinados- Partido Comunista.

Allende terminó segundo con respecto a Alessandri en las elecciones de 1958 por menos de un tres por ciento de los votos. Ninguno de los candidatos obtuvo la mayoría, y el Congreso Chileno votó a Alessandri para el cargo. Si Allende hubiera recibido los votos que fueron a cristianos de izquierda-que recibió un 3.3 por ciento de los votos- él hubiera ganado las elecciones.

El gobierno de Alessandri perdió popularidad durante su ejercicio. La insatisfacción quedó registrada en las legislativas de 1961 y en las elecciones municipales de 1963. Los partidos del FRAP aumentaron significativamente, y el partido Demócrata Cristiano reforzó considerablemente su ventaja electoral llegando, en las elecciones de 1963, a convertirse en el mayor partido en solitario.

Las elecciones de 1964 se consolidaron como una carrera a tres bandas. Frei fue una vez más el candidato el Demócrata Cristiano, y los partidos de la izquierda eligieron una vez más a Allende como su clásico abanderado. La coalición gobernante, el Frente Democrático, eligieron al Radical Julio Duran como su candidato. Debido en parte a un resultado electoral adverso en marzo de 1964 en una provincia anteriormente conservadora, el Frente Democrático se desplomó. Los Conservadores y los Liberales, reaccionando a la vista de la victoria de Allende, dirigieron su apoyo a Frei, dejando a Duran únicamente como el representante del Partido Radical.

Después de la decisiva victoria de Frei por mayoría, en la cual recibió el 57 por ciento de los votos, él comenzó a llevar a cabo lo que denominó como una "revolución en libertad". Esto incluyó una reforma agraria, impositiva y de vivienda. Para tratar con las empresas americanas del cobre, Frei propuso la "Chilenización", por la cual el estado compraría la mayor parte como propiedad para ejercer el control y estimular el rendimiento.

Las reformas de Frei, aunque impactantes, quedaron lejos de lo que él había prometido. Al carecer de mayoría en el Congreso, él estaba atrapado entre los partidos del FRAP, que demandaban medidas extremas, y los derechistas, que suspendieron su apoyo a Frei para reforzar el compromiso en materia de reforma agraria. Como el de su predecesor, el gobierno de Frei perdió popularidad durante su mandato; la cuota de los

votos de los Demócratas Cristiano en las elecciones del congreso bajaron del 43 por ciento en 1965 al 31 por ciento en 1969. Durante los años de Frei las tensiones internas del partido se hicieron más evidentes, culminando en 1968 con la deserción de los elementos de izquierdista del partido.

Las relaciones de Frei con los Estados Unidos fueron cordiales, a pesar de que él perseguía una política exterior independiente. Su gobierno estableció relaciones diplomáticas con la Unión Soviética justo después de tomar el poder y en 1969 se restablecieron las relaciones comerciales con Cuba.

II. ALCANCE DE LA ACCIÓN ENCUBIERTA EN CHILE

A. Acción encubierta y otras actividades clandestinas

Este estudio está relacionado fundamentalmente con lo que se etiquetó como "acción encubierta" por el gobierno de los Estados Unidos. Los proyectos de acción encubierta eran considerados como de una categoría diferente y fueron autorizados y dirigidos acorde a esto. Pero es importante, tener presente tanto lo que incluía esta categoría así como lo que excluía. El fin de la Comisión es evaluar los propósitos y los efectos de las actividades clandestinas Americanas en Chile. Algunas actividades secretas no consideradas por los Estados Unidos como "acción encubierta", pueden tener importantes repercusiones políticas y deberían ser consideradas.

Los distintos tipos de actividad clandestina de la CIA en países extranjeros: recopilación clandestina de inteligencia extranjera, contra inteligencia (o enlace con servicios locales); y acción encubierta. Estas diferentes actividades eran manipuladas de manera diferentemente en Washington; eran generalmente responsabilidad de diferentes oficiales de campaña de la CIA. Sin embargo cualquiera de estos tres tipos de proyectos pueden tener repercusiones en política exterior. Todos ellos dependían del establecimiento de relaciones clandestinas con nacionales extranjeros.

En la recopilación clandestina de inteligencia, el fin de la relación era reunir información. Un oficial de la CIA establecía relación con un informante extranjero - pagado o no-pagado- de un partido o institución gubernamental para averiguar que estaba pasando dentro de ese partido o institución. No hay modalidad típica realizada por el oficial de la CIA para influir en las acciones del informante. Incluso a pesar de que este tipo de relación secreta pudiera tener significación política. Entender el establecimiento de los contactos de la CIA y los agregados militares con los militares Chilenos después de la toma de posesión de Salvador Allende: a pesar de que el fin era la recopilación de información, los Estados Unidos mantenían lazos con el grupo que más posibilidades tenía de derrocar al nuevo presidente. Para conseguir esto tenían que andar en la cuerda floja; la diferencia entre recoger información y ejercer influencia era inherentemente difícil de conseguir. Desde que los militares Chilenos percibieron que sus acciones podían depender de alguna manera de la actitud del gobierno de los Estados Unidos, estas posibilidades para ejercer influencia raramente habrían sido conscientemente manipuladas.

Relaciones de conexión con la policía local o servicios de inteligencia plantean una situación similar. La CIA estableció ese tipo de relaciones en Chile con el propósito

primordial de asegurarse asistencia para reunir información de objetivos externos. Pero los enlaces también proveían a la Central con información de la subversión interna y elementos de oposición dentro de Chile. Esto aumentó la dificultad de garantizar que los oficiales americanos no se perdieran influyendo en las acciones de los chilenos con quien ellos estaban en contacto. Y ello podría indicar que la CIA era identificada, de alguna manera, con las actividades internas de la policía y servicios de inteligencia chilenos. Esto se convirtió en un asunto de gran interés en 1973 con la llegada del régimen de Pinochet.

El fin del estudio de este caso es describir y estimar el alcance de las actividades secretas de los Estados Unidos, las cuales influyeron en el curso de los acontecimientos políticos en Chile. La mayoría de las discusiones que siguen están limitadas a actividades etiquetadas y clasificadas como proyectos de "acción encubierta". Esa categoría es amplia en sí misma. Pero excluye otras actividades clandestinas con posibles repercusiones políticas.

B. Acción encubierta en Chile: Técnicas

Incluso si el abanico de actividades etiquetadas como "acción encubierta" no incluye todos los esfuerzos clandestinos americanos con posibles repercusiones políticas, ese abanico es sin embargo amplio. La acción encubierta de los Estados Unidos en Chile abarcó un rango de técnicas y afectó a una amplia variedad de instituciones chilenas. Ello incluyó proyectos que fueron considerados como el esqueleto necesario para operaciones secretas, así como los principales esfuerzos motivados por circunstancias especiales. Los siguientes párrafos darán una idea de ese rango.

1. Propaganda

La forma más extendida de acción encubierta en Chile fue la propaganda. Esto era relativamente fácil. En Chile esta tenía un bajo perfil durante los periodos "normales", esto se quebraba por una amenaza específica o para contrarrestar peligros concretos.

La forma más común de proyectos de propaganda es simplemente el desarrollo de "infiltrados" en organizaciones de comunicación que pueden ubicar artículos o se les puede pedir que los escriban. La Agencia proporcionó a su Central en el país diferentes tipos de orientaciones referente a los tipos de propaganda que se requerían. Por ejemplo, un proyecto de la CIA en Chile apoyó desde uno a cinco colaboradores en medios de comunicación durante los siete años que operó (1965-1971). La mayoría de estos colaboradores trabajaban en el principal diario de Santiago el cual era cardinal en los empeños propagandísticos de la CIA. Estos infiltrados escribían columnas o artículos de fondo favorables a los intereses de los Estados Unidos en el mundo (por ejemplo, críticas a la Unión Soviética como resultado de la invasión checoslovaca); eliminaban artículos de noticias negativas de los Estados Unidos (por ejemplo acerca de Vietnam); y autorizaban artículos de crítica de los izquierdistas chilenos.

Los esfuerzos de propaganda secreta en Chile también incluían propaganda "negra": material falso creado para ser presentado como el quehacer de un individuo concreto o grupo. En las elecciones de 1970, por ejemplo, la CIA usó propaganda "negra" para

sembrar discordia entre los Comunistas y los Socialistas y entre la confederación nacional obrera y el Partido Comunista Chileno.

TABLA I - Técnicas de acción encubierta - Gastos en Chile, 1963-73 (1).

Técnicas	Cantidad
Propaganda para elecciones y otros apoyos a partidos políticos	\$8,000,000
Producción y difusión de propaganda y apoyo a prensa, radio y televisión	\$4,300,000
y apoyo a organizaciones del sector privado	\$900,000
Fomentar el golpe de Estado militar	\$ 200,000

(1) Cifras redondeadas a \$100,000

En algunos casos la forma de propaganda era todavía más directa. La Central financió grupos chilenos que colocaban carteles en las paredes, distribuían panfletos políticos (en ocasiones elaborados por la Central) y se comprometían en otras actividades callejeras. Bastante a menudo estas actividades formaban parte de grandes proyectos pensados para influir en los resultados de las elecciones chilenas (ver abajo), pero cuando menos en un caso, las actividades sucedieron en ausencia de una campaña electoral.

De treinta y tantos proyectos de acción encubierta emprendidos en Chile por la CIA entre 1961 y 1974, aproximadamente media docena tenían la propaganda como su actividad principal. La propaganda tenía una importancia secundaria junto a otros muchos elementos, en particularmente los proyectos electorales (Ver TABLA I). Las inserciones en prensa eran atractivas porque con cada inserción los efectos podían multiplicarse, siendo cogidos y vueltos a reproducir por otros medios de comunicación distintos del que originalmente los generaba.

2. Apoyo a medios de comunicación

Además de comprar propaganda de forma puntual, la Central a menudo la compraba al por mayor sobornando a medios de comunicación Chilenas favorables a los Estados Unidos. Hacer esto era mucha propaganda escrita. En lugar de ubicar artículos individuales, la CIA apoyaba- o incluso fundaba - la creación de medios de comunicación afines que podrían no haber existido en ausencia del apoyo de la Agencia.

Desde 1953 hasta 1970 la Central en Chile subvencionó empresas de radio, revistas escritas por círculos intelectuales, y un periódico derechista semanal. De acuerdo al testimonio de antiguos oficiales, el apoyo a los periódicos se terminó porque se volvieron tan inflexiblemente derechistas como para enemistarse con los conservadores moderados.

Con mucho, el mayor -y probablemente el más significativo- caso de apoyo a organizaciones de comunicación fue el dinero suministrado a *El Mercurio* el principal diario de Santiago, bajo presión durante el régimen de Allende. El apoyo tuvo su origen en un proyecto de propaganda existente. En 1971 la Central juzgó que *El Mercurio*, la más importante publicación de la oposición, no podría aguantar la presión del gobierno,

incluyendo la intervención en el mercado del papel - prensa y la retirada de publicidad del gobierno. La Comisión 40 autorizó \$700,000 para *El Mercurio* el 9 de septiembre de 1971 y añadió otros \$965,000 a esa autorización el 11 de abril de 1972. Un memorándum del renovado proyecto de la CIA concluyó que *El Mercurio* y otros medios de comunicación apoyadas por la Agencia habían jugado un papel importante en la puesta en marcha del golpe militar del 11 de septiembre de 1971 que derrocó a Allende.

3. Aumento de influencia en instituciones y grupos Chilenos

A través de sus actividades encubiertas en Chile, el gobierno de los Estados Unidos trató de influir en las acciones de una amplia variedad de instituciones y grupos de la sociedad chilena. El propósito específico de estas actividades fue trasladar la variedad de actividades para influir directamente en la forma de hacer política del gobierno, e intentar oponerse a la influencia comunista o izquierdista entre grupos organizados de la sociedad. Que la mayoría de estos proyectos incluían un componente propagandístico es obvio.

Desde 1964 hasta 1968, la CIA desarrolló contactos dentro del Partido Socialista Chileno y a nivel del Gabinete de gobierno Chileno.

Los proyectos dirigidos a grupos organizados en la sociedad chilena tuvieron fines más difusos que los esfuerzos dirigidos a instituciones gubernamentales. Pero el punto de mira fue similar: influir en la dirección de los acontecimientos políticos de Chile.

Los proyectos fueron dirigidos, por ejemplo hacia:

Arrebatarse a los comunistas el control de las organizaciones estudiantiles en la universidad chilena;

Apoyar a grupos de mujeres activas en política chilena y vida intelectual;

Combatir el predominio comunista en la CENTRAL UNICA DE TRABAJADORES CHILENOS (CUTCH) y apoyar grupos obreros democraticos; y

Explotar un frente de acción cívica para combatir la influencia comunista dentro de los círculos culturales e intelectuales.

4. Principales esfuerzos para influir en las Elecciones Chilenas

Las actividades encubiertas de los Estados Unidos fueron un hecho en casi todas las principales elecciones chilenas en la década entre 1963 y 1973. En varios casos la intervención de los Estados Unidos fue masiva.

La elección presidencial de 1964 fue el más señalado ejemplo de un proyecto electoral a gran escala. La Agencia Central de Inteligencia gastó más de \$2.6 millones en apoyar al candidato Demócrata Cristiano, en parte, para prevenir el ascenso a la presidencia del marxista Salvador Allende. Más de la mitad de la campaña del candidato demócrata cristiano fue financiada por los Estados Unidos, a pesar de que él no fue informado de esta ayuda. Además, la Central proporcionó el apoyo a un gran número de

estudiantes, mujeres, grupos de profesionales y campesinos, todos ellos pro-demócratas cristianos. También, otros dos partidos políticos fueron fundados en un intento por dispersar el voto.

En Washington, se estableció una comisión electoral inter-agencias, compuesto por el Departamento de Estado, la Casa Blanca y oficiales de la CIA. Esta comisión estaba ligada a un grupo de la embajada en Santiago. No se estableció un cuerpo de trabajo dentro de la CIA, pero la Central en Santiago fue reforzada. La Central ayudó a los demócrata cristianos a dirigir una campaña de estilo americano, que incluía encuestas, registro de votantes, auto divulgación de votos además de propaganda secreta.

Los Estados Unidos también se involucraron en la campaña presidencial en 1970. Ese esfuerzo, sin embargo, fue más pequeño y no incluyó apoyo a ningún candidato en concreto. Fue dirigido más a prevenir la elección de Allende que a asegurar la victoria de otro candidato.

Los Estados Unidos no se limitaron a involucrarse en campañas presidenciales. En las elecciones al Congreso Chileno en 1965, por ejemplo, la Central fue autorizada por la Comisión 303 para gastar hasta \$175,000. Se proporcionó apoyo secreto a ciertos candidatos elegidos por el Embajador y la Central. Un escrito de la CIA sugería que el proyecto tuvo algún impacto, incluyendo la eliminación de algunos candidatos del FRAP (coalición izquierdista) que podían de algún modo haber ganado escaños en el congreso.

5. Apoyo a partidos políticos chilenos

La mayoría del apoyo secreto americano a partidos políticos fue suministrado como parte de los esfuerzos específicos para influir en los resultados electorales. Sin embargo, en distintos casos la CIA proporcionó subvenciones a partidos para fines más generales, cuando las elecciones no eran inminentes. La mayoría de tales apoyos se dieron durante los años de Allende, 1970-1973, cuando el gobierno de los Estados Unidos juzgó que sin su apoyo a partidos del centro y de la derecha estos podían no haber sobrevivido como elementos de la oposición ni como contendientes electorales después de algunos años.

En una secuencia de decisiones entre 1971 y 1973, la Comisión 40 autorizó cerca de \$4 millones para partidos de la oposición en Chile. La mayor parte de este dinero fue al Partido Demócrata Cristiano (PDC), pero una parte considerable fue entregada al Partido Nacional (PN), un colectivo conservador más radicalmente enfrentado al gobierno de Allende que el PDC. También se hizo un esfuerzo para dividir la dirección de la coalición Unidad Popular introduciendo elementos para romperla.

El apoyo con fondos a gran escala a partidos políticos entre 1970-73 no fue, sin embargo, algo sin antecedentes, si bien se podría decir que a una escala más modesta. En 1962 el Grupo Especial (predecesor de la Comisión 40) autorizó varios cientos de miles de dólares como esfuerzo para fortalecer el PDC en previsión de las elecciones de 1964. Se hicieron en 1963 y 1967, pequeñas autorizaciones como apoyo a componentes moderados dentro del Partido Radical.

6. Apoyo a Organizaciones del Sector Privado

Como parte de su programa de apoyo a elementos de la oposición durante el gobierno de Allende, la CIA proporcionó dinero a varias organizaciones de comercio del sector privado chileno. En septiembre de 1972, por ejemplo, la Comisión 40 autorizó \$24,000 como apoyo de emergencia para una organización empresarial contraria a Allende. En esa época, apoyar a organizaciones del sector privado fue considerado pero rechazado a causa del temor de que estas organizaciones pudieran involucrarse en huelgas anti-gubernamentales.

En octubre de 1972 la Comisión 40 autorizó \$100,000 para organizaciones del sector privado, como parte del proyecto electoral de marzo de 1973. Según la CIA, ese dinero se gastó solo en actividades electorales, tales como la orientación del voto y la auto divulgación de votos. En agosto de 1973 la Comisión autorizó apoyo a grupos del sector privado pero con desembolso condicionado bajo acuerdo del Embajador y el Departamento de Estado. Este acuerdo no llegó.

7. Esfuerzos directos para promover un golpe militar.

Los esfuerzos de los Estados Unidos para alterar el curso de la política chilena alcanzó la cima en 1970: la CIA fue orientada a emprender un esfuerzo para promover un golpe militar en Chile, evitando así el ascenso al poder de Salvador Allende. Esta tentativa, también llamada "Plan de Operaciones II", es el tema de un informe individual de la Comisión y será tratado abajo, en la sección III. Aquí, un breve resumen demostrará la extrema intervención encubierta americana en la política chilena.

El 15 de septiembre de 1970 - después de que Allende terminara primero en las elecciones pero antes de que el Congreso chileno hubiera elegido entre él y el candidato, Alessandri [\[4\]](#), - el Presidente Nixon se reunió con Richard Helms, el Director de la Central de Inteligencia, el asistente al Presidente para asuntos de Seguridad Nacional Henry Kissinger y el procurador general John Mitchell. Helms fue comisionado para prevenir que Allende se hiciera con el poder. Este empeño se llevó a cabo sin el conocimiento del Departamento de Estado y Defensa o del Embajador. Plan de Acciones II nunca fue tratado en la reunión de la Comisión 40.

Rápidamente resultó evidente tanto para la Casa Blanca como para los oficiales de la CIA que un golpe militar era la única solución para evitar el ascenso de Allende al poder. Para lograr este fin, la CIA estableció contacto con varios grupos de conspiradores militares y finalmente pasó tres armas y gas lacrimógeno a uno de ellos. Las armas fueron posteriormente devueltas, aparentemente sin usar. La CIA sabía que los planes de todos los grupos de conspiradores se iniciaban con el secuestro del constitucionalista Jefe del Estado Mayor del Ejército, General Rene Schneider. La Comisión ha recibido testimonios contradictorios acerca de la extensión de comunicación de la CIA/Casa Blanca y del conocimiento de los oficiales de la Casa Blanca de planes de golpe específicos, pero no hay duda que el gobierno de los Estados Unidos perseguía un golpe militar en Chile.

El 22 de octubre un grupo de conspiradores intentó secuestrar a Schneider. Schneider se resistió, le dispararon, y posteriormente murió. La CIA había estado en contacto con ese grupo de conspiradores pero una semana antes había retirado su apoyo para los planes específicos del grupo.

La conspiración del golpe fracasó y Allende fue declarado Presidente. Después de su elección, la CIA y los agregados militares mantuvieron contactos con militares chilenos con el fin de recopilar información. Si esos contactos se dirigieron a animar al ejército chileno a reaccionar en contra de Allende; o si el ejército chileno -habiéndose aguijoneado durante el Plan de Acciones II hacia un golpe militar- se creció para actuar contra el Presidente a partir de esos contactos, incluso a pesar de que oficiales de los Estados Unidos no intentaron promoverlo: éstas, son las principales cuestiones que son inherentes a las actividades secretas de los Estados Unidos en el periodo del gobierno de Allende.

C. Acción Encubierta y Corporaciones Multinacionales

Además de proporcionar información y cobertura a la CIA, las corporaciones multinacionales también participaron en tentativas secretas para influir en la política chilena. La siguiente es una breve descripción de las relaciones de la CIA con una de estas corporaciones en Chile durante el periodo de 1963-1973 -International Telephone and Telegraph, Inc.(ITT). No sólo es ITT el más sobresaliente y público ejemplo, sino que mucha información ha sido recogida de las relaciones CIA/ITT. Este sumario está basado en nueva información proporcionada a esta comisión y material hecho público previamente por el Subcomité de Corporaciones Internacionales del Comité del Senado para Relaciones Exteriores.

1. 1964 Elecciones chilenas

Durante la campaña presidencial de 1964, representantes de corporaciones multinacionales se acercaron a la CIA con el propósito de proporcionar fondos para la campaña del Partido Demócrata Cristiano. La decisión de la CIA de no aceptar tales fondos, así como otros contactos de la CIA con corporaciones multinacionales durante la campaña, se describe ampliamente en la Sección III.

2. 1970 Elecciones Chilenas: Fase I

En 1970, el gobierno de los Estados Unidos y varias corporaciones multinacionales se unieron en oposición a la candidatura y más tarde presidencia de Salvador Allende. Esta conexión CIA-Corporaciones Multinacionales se puede dividir en dos fases. La fase I comprende acciones llevadas a cabo tanto por la CIA o los Estados Unidos -apoyado por compañías multinacionales en un época en que la política oficial de los Estados Unidos era de no dar apoyo, incluso secretamente, a cualquier candidato o partido de Chile. Durante esta fase la Agencia fue, sin embargo, autorizada para comprometerse en una operación secreta de "ruina" diseñada para derrotar a Salvador Allende. La fase II abarca las relaciones entre las agencias de inteligencia y las corporaciones multinacionales después de las elecciones generales en septiembre de 1970. Durante la Fase II, el gobierno de los Estados Unidos se opuso a Allende y apoyó a elementos de la oposición. El gobierno buscó la cooperación de las corporaciones multinacionales en este esfuerzo.

Un grupo de corporaciones multinacionales estaba inquieto ante la posibilidad que Allende fuera elegido presidente de Chile. Los discursos públicos de Allende indicaban que su intención, si salía elegido, era nacionalizar las industrias básicas y tener bajo

propiedad chilena industrias de servicio tales como la compañía nacional de teléfonos, que en ese tiempo era una filial de ITT.

En 1964 Allende había sido derrotado, y ello era ampliamente conocido tanto en Chile como entre las corporaciones multinacionales americanas, con significativos intereses en Chile, que los adversarios habían sido apoyados por el gobierno de los Estados Unidos. John McCone, un antiguo director de la CIA y miembro del Consejo de Dirección de ITT en 1970, sabía de la importante involucración del gobierno americano en 1964 y del ofrecimiento de ayuda efectuado en esa época por compañías americanas. Documentos de la Agencia señalan que McCone informó a Harold Geneen, Presidente del Consejo de ITT, de estos hechos.

En 1970 líderes de corporaciones multinacionales americanas con substanciales intereses en Chile, junto con otros ciudadanos americanos debatieron acerca de lo que podría suceder en Chile en el caso de una victoria de Allende, contactaron con oficiales del gobierno de los Estados Unidos para hacerles llegar su punto de vista.

En julio de 1970, un representante de la CIA en Santiago se reunió con representantes de ITT y, en una discusión sobre la futura elección, indicaron que Alessandri podría tener ayuda económica. La Central sugirió el nombre de un individuo que podría ser usado como una vía segura para conseguir estos fondos en la campaña de Alessandri.

En breve después de esto John McCone telefoneó al Jefe de la CIA Richard Helms. Como resultado de esta llamada, se arregló un encuentro entre el Presidente del Consejo de ITT y el Jefe de la División del Hemisferio Occidental de la CIA. Geneen ofreció facilitar a la CIA una sustancial cantidad de dinero para usarse como ayuda a la campaña de Alessandri. En posteriores reuniones ITT ofreció dar 1 millón de dólares a la CIA. La CIA rechazó esta oferta. El informe indicó posteriormente que el consejo de la CIA fue aconsejado con respecto al individuo que pudiera servir como conducto de los fondos de ITT para la campaña de Alessandri.

La CIA confirmó que el individuo en cuestión era una canal fidedigno que podría ser usado para conseguir fondos para Alessandri. Se desarrolló una segunda vía de fondos de ITT para un partido político opuesto a Allende, el partido Nacional, siguiendo la orientación de la CIA sobre un mecanismo seguro utilizando dos "agentes" de la CIA en Chile. Estos agentes también recibieron fondos de la Agencia relacionados con la operación "ruina".

Durante el periodo anterior a las elecciones de septiembre, representantes de ITT se reunieron frecuentemente con representantes de la CIA tanto en Chile como en los Estados Unidos y la CIA aconsejó a ITT en las dos formas que podría canalizar de una manera segura fondos tanto para Alessandri como para el partido Nacional. Finalmente al menos \$ 350,000 fueron cedidos por ITT a esta campaña. Una cantidad aproximadamente igual fue dada por otras compañías de los Estados Unidos; la CIA conocía estas subvenciones pero no colaboró.

3. Después de las Elecciones chilenas de 1970: Fase II

Después de las elecciones del 4 de septiembre, el gobierno de los Estados Unidos adoptó una política de presión económica directa contra Chile y en esta línea buscaba ganar la influencia de Geneen sobre otros hombres de negocios americanos. Específicamente el Departamento de Estado fue dirigido por la Comisión 40 a contactar con hombres de negocios americanos que tuvieran intereses en Chile para ver si de esta manera les podían influir en que tomaran acciones de acuerdo con la política de presión económica de los Estados Unidos en Chile. El 29 de septiembre, el Jefe de División del Hemisferio Occidental de la CIA se reunió con un representante de ITT. El oficial de la CIA perseguía que ITT se involucrara de una manera más activa en Chile. De acuerdo con documentos de la CIA, ITT tomó nota de la presentación de guerra económica de la CIA pero no respondió activamente a ello.

Una institución Chilena que fue usada dentro de la campaña generalizada contra Allende era la cadena de periódicos EL MERCURIO. Tanto el gobierno de los Estados Unidos como ITT vertían a modo de embudo dinero en las manos de individuos asociados con el periódico. Estas subvenciones continuaron después de que Allende asumiera su cargo.

Hay muchos testimonios recogidos sobre dichas materias, inicialmente ante el Subcomité para Corporaciones Multinacionales. El grado de cooperación entre la ITT y la CIA en el periodo previo a las elecciones de 1970 levantó una pregunta importante: ¿Mientras el gobierno de los Estados Unidos NO apoyaba en concreto a candidatos o partidos, incluso secretamente, estaba la CIA autorizada para actuar libremente aconsejando o asistiendo a la ITT en su apoyo secreto de financiación a la campaña de Alessandri?

III. Principales Programas de Acción Encubierta y sus Efectos

Esta sección subraya los principales programas de acción encubierta llevada por los Estados Unidos en Chile, paso a paso. En todos los casos, la acción encubierta fue un instrumento de la política exterior de los Estados Unidos, decidida desde los más altos cargos del gobierno. Cada subsección sigue una pauta según el contexto político. Desde fuera, es imposible entender las acciones encubiertas que deben emprenderse. Después de discutir las políticas, cada subdivisión elabora las tácticas de acción encubierta empleada en cada caso. Por último, se estiman los efectos de cada programa principal.

La sección comienza con la primera gran acción encubierta de los Estados Unidos en Chile - en las elecciones presidenciales de 1964.

A. LA ELECCION PRESIDENCIAL DE 1964

1. Política de los Estados Unidos

Los Estados Unidos estuvieron involucrados a gran escala en las elecciones presidenciales chilenas de 1964. El Grupo Especial autorizó más de tres millones de dólares durante el periodo de 1962-64 para evitar la elección de un candidato socialista o comunista. Un total de cerca de cuatro millones de dólares se gastaron en unos quince proyectos de acción encubierta, canalizado desde la organización en barrios marginales hasta dar fondos a partidos políticos.

El objetivo, fundamental, era evitar o minimizar la influencia de los comunistas chilenos o marxistas en el gobierno que emergería de las elecciones de 1964. Consecuentemente, los Estados Unidos, buscaron la forma más efectiva de oposición al FRAP (Frente de Acción Popular), una alianza de los Socialistas y Comunistas Chilenos, y varios partidos minoritarios de la izquierda no-marxista que apoyaban la candidatura de Salvador Allende. Concretamente, la política pedía el apoyo para el partido Demócrata Cristiano, el Frente Democrático (una coalición de partidos derechistas), y la organización de una variedad de actividades de propaganda anticomunista.

La infraestructura para las elecciones se cimentó rápidamente en 1961 estableciendo relaciones operativas con los partidos políticos claves y elaborando propaganda y mecanismos de organización para captar la influencia en los sectores claves de la población. Los proyectos que habían sido dirigidos desde 1950 entre los campesinos, ciudadanos de barrios marginales, trabajadores organizados, estudiantes y los medios de comunicación proporcionaban una base firme para la futura acción pre-electoral encubierta.

El principal problema con que se encontraron los Estados Unidos dos años antes de las elecciones fue la elección del partido y/o candidato a apoyar en contra de la alianza de izquierdas. La CIA presentó dos opciones al Grupo Especial el 2 de abril de 1962. Uno de ellos proponía apoyo para el Partido Demócrata Cristiano, mientras que el otro recomendaba apoyar al Partido Radical, un grupo a la derecha de los demócrata cristianos. El Grupo Especial aprobó ambas propuestas. A pesar de que esta estrategia parece que comenzó como un empeño para hacer apuestas compensadas y apoyar a los dos candidatos para la Presidencia, se desarrolló dentro de una depurada estrategia para apoyar al candidato demócrata cristiano.

El 27 de agosto de 1962 el Grupo Especial aprobó el uso de un tercer canal de fondos y autorizó \$180,000 en el año fiscal 1969 para los Demócrata Cristianos Chilenos. La Administración Kennedy prefería un gobierno de centro-derecha en Chile, formado por los radicales en la derecha y los demócrata cristianos en el centro. Sin embargo, los acontecimientos políticos de Chile entre 1962-1969 - principalmente la creación de una alianza del ala derechista que incluía el Partido Radical - impidieron tal coalición.

Por consiguiente, durante 1963, los Estados Unidos subvencionaron ambos grupos: el Partido Demócrata Cristiano y la coalición derechista del Frente Democrático.

Después de la derrota de los representantes del Frente Democrático en mayo de 1964, los Estados Unidos enfocaron completamente su apoyo al candidato del Partido Demócrata Cristiano. Sin embargo, los fondos de la CIA continuaron subvencionando al candidato del Partido Radical para realzar la imagen de los Demócrata Cristianos como un partido progresista moderado siendo atacado desde la derecha así como desde la izquierda.

2 Técnicas de Acción Encubierta

La acción encubierta durante la campaña de 1964 estaba formada de dos elementos principales. Uno era el apoyo económico directo a la campaña de los demócrata cristianos. La CIA aseguró algo más de la mitad del total de los costes de la campaña.

Después de un debate, el Grupo Especial decidió no informar al candidato Demócrata Cristiano, Eduardo Frei, del apoyo americano secreto de su campaña. Se movilizó por tanto a un número de intermediarios para hacer llegar el dinero a los Demócrata Cristianos.

Además de las subvenciones al Partido Demócrata Cristiano, el Grupo Especial asignó fondos al Partido Radical y a grupos de ciudadanos independientes. Además del apoyo a los partidos políticos, la CIA montó una masiva campaña propagandística anti-comunista. Se hizo uso extenso de la prensa, radio, películas, panfletos, carteles, pasquines, correo directo, banderolas de papel y pintadas en las paredes. Fue una "campaña de terror", que contaba con la dureza de las imágenes de tanques soviéticos y pelotones de fusilamiento cubanos y fue orientado especialmente a las mujeres. Cientos de miles de copias de la carta pastoral anticomunista del Papa Pio XI se distribuyeron a organizaciones demócrata cristianas. Llevaban el distintivo, "impreso privado por ciudadanos sin afiliación política, para difundir su contenido más ampliamente". También se usó "desinformación" y "propaganda negra" -material que pretendía que se había originado en otra fuente, como el Partido Comunista Chileno- fue usado profusamente.

La campaña propagandística fue enorme. Durante la primera semana de intensa actividad propagandística (la tercera semana de junio de 1964), un grupo de propaganda financiado por la CIA insertó veinte anuncios diarios en la radio de Santiago y en 44 emisoras provinciales; doce minutos de informativos cinco veces al día en tres emisoras de Santiago y 24 salidas provinciales; miles de dibujos, y muchos anuncios en prensa. Al final de junio, el grupo producía 27 noticiarios radiofónicos en Santiago y provincias, 26 programas de "coloquios" semanales, distribuía 3,000 carteles diariamente. La CIA se refería a la campaña de alarma anticomunista como la actividad más efectiva dirigida por los Estados Unidos a favor del candidato demócrata cristiano.

La campaña propagandística también fue orientada internacionalmente, y artículos extranjeros se "reproducían" en Chile. Los periódicos chilenos informaban: un apoyo a Frei por la hermana de un líder latinoamericano, una carta pública de un antiguo presidente exiliado en los Estados Unidos, un "mensaje de las mujeres venezolanas"; y unos advertencias sobre una victoria de Allende de varias figuras en gobiernos militares de Latinoamérica.

La CIA dirigió operaciones de acción política independientemente de la campaña de los demócrata cristianos a un número importante de grupos de votantes, incluyendo los barrios marginales, campesinos, trabajadores organizados y disidentes socialistas. Se dio apoyo a miembros anticomunistas del Partido Radical en sus empeños para lograr posiciones de influencia en la jerarquía partidista, y para evitar que el partido enfocara su apoyo hacia Allende.

3. Organización para las elecciones chilenas de 1964 del gobierno de los Estados Unidos

Para manejar el campaña electoral, se estableció una comisión en Washington, formada por el Ayudante a la Secretaría de Estado para asuntos Inter-Americanos, Thomas Mann; el Jefe de la División de la CIA para el hemisferio occidental, Desmond Fitzgerald; Ralph Dungan y McGeorge Bundy de la Casa Blanca, y el Presidente de la

División Branch Four, que tiene jurisdicción sobre Chile. Este grupo estaba en contacto muy cercano con la oficina del Departamento de Estado de asuntos bolivianos y chilenos. En Santiago existía una comisión paralela que coordinaba los esfuerzos de los Estados Unidos. Incluía el Jefe suplente de la Misión, el Jefe de la Central de la CIA, y los mandos de las divisiones políticas y económicas, así como el Embajador. El Comité electoral en Washington coordinaba las relaciones con los altos mandos, con la campaña y otras agencias. No se estableció un grupo de trabajo especial y la Central de la CIA en Santiago fue temporalmente reforzada con sólo tres oficiales.

4. El Papel de las Corporaciones Multinacionales

Un grupo de hombres de negocios americanos en Chile, ofrecieron dar un millón y medio de dólares para ser administrado y distribuido secretamente por el gobierno de los Estados Unidos para evitar que Allende ganara las elecciones presidenciales de 1964. Esta oferta fue a la Comisión 303 (nombre del Grupo Especial después de junio de 1964) la cuál decidió no aceptar la oferta. Se decidió que no se aceptaran las ofertas de empresarios americanos, ya que ellos no eran una vía segura ni una forma honrada de hacer negocios. Esta decisión fue una declaración política que sentó precedente por rechazar la aceptación de tales colaboraciones entre la CIA y la empresa privada. Sin embargo, el dinero de la CIA entendido como dinero privado, fue entregado a los demócratas cristianos a través de un empresario privado.

5. Papel de los Militares chilenos

El 19 de julio de 1964, el Consejero de Defensa chileno, que equivale al Estado Mayor Conjunto de los Estados Unidos, se dirigió al Presidente Alessandri para proponerle un golpe de estado si Allende ganaba. Esta oferta fue transmitida al Jefe de la Central de la CIA, quien dijo al Consejero de Defensa chileno a través de un intermediario que los Estados Unidos se oponían completamente a un golpe. El 20 de julio el Jefe Suplente de la Misión en la embajada de los Estados Unidos fue abordado por un general de las Fuerzas Aéreas chilenas que amenazó con un golpe si Allende ganaba. El JSM le reprochó la proposición de un golpe de estado y no hubo posterior mención de ello. Anteriormente, la CIA oyó decir que el candidato electoral del partido Radical, varios chilenos y un ex político de otro país Latinoamericano se habían reunido el 2 de junio para organizar un grupo de derechas llamado Legión de Libertad. Dijeron que este grupo protagonizaría un golpe de estado si Allende ganaba, o si Frei ganaba y buscarían una coalición gubernamental con el partido comunista. Dos de los chilenos que estuvieron en la reunión informaron que algunos oficiales militares querían protagonizar un golpe de estado antes de las elecciones si el gobierno de los Estados Unidos prometía apoyarles. Estos acercamientos fueron rechazados por la CIA.

6. Repercusiones de la Acción Encubierta

Un estudio de la CIA concluye que la intervención de los Estados Unidos posibilitó a Eduardo Frei ganar con clara mayoría en las elecciones de 1964, en vez de con mayoría simple. Pero lo que los documentos del gobierno de los Estados Unidos no aclaran es porqué fue necesario garantizar una mayoría, en vez de aceptar una victoria por mayoría simple que estaba asegurada. La asistencia de la CIA posibilitó al partido demócrata cristiano establecer una extensa organización vecinal y a nivel de pueblos. Eso pudo

hacer que desde la base popular se prestara apoyo a los esfuerzos reformistas que el gobierno de Frei llevó a cabo en los siete años siguientes.

Algunos de los mecanismos electorales y propagandísticos desarrollados para ser usados en 1964 fueron utilizados repetidamente después de esto(a partir de entonces), en campañas locales y del congreso, durante la campaña presidencial en 1970 y a través(a lo largo) de la presidencia de Allende 1970-1973. Las acusaciones de la implicación de la CIA en la campaña, y las acusaciones periodísticas de las subvenciones de la CIA en la Fundación para el Desarrollo Internacional contribuyeron para que los Estados Unidos renunciara en 1970 a emprender otro esfuerzo pre electoral masivo.

B. Acción Encubierta: 1964-1969

Durante los años entre la elección del presidente demócrata cristiano Eduardo Frei en 1964 y la campaña electoral a la presidencia de 1970 la CIA dirigió una variedad de actividades secretas en Chile. Operando dentro de diferentes sectores de la sociedad, todas estas actividades fueron realizadas para fortalecer grupos que apoyaran al Presidente Frei y se opusieran a la influencia marxista.

La CIA gastó un total de casi \$2 millones en acciones encubiertas en Chile durante este periodo, de los cuales una cuarta parte estaba a cargo de la(fue cubierta por la) Comisión 40 para [esfuerzos específicos de acción política]. La CIA dirigió veinte proyectos de acción encubierta durante estos años en Chile.

1. Métodos de la Acción Encubierta.

En febrero de 1965 la Comisión 303 aprobó \$175,000 para un proyecto de acción política de poco alcance, proporcionando apoyo secreto a candidatos seleccionados en las elecciones al congreso en Chile en marzo de 1965. De acuerdo con la CIA, se seleccionaron veintidós candidatos por la Central y el Embajador; nueve fueron rechazados. La operación ayudó a la derrota de hasta 13 candidatos del FRAP que de otra manera hubieran ganado escaños en el congreso.

Otra intervención electoral se autorizó en julio de 1968, en previsión de las elecciones legislativas de marzo de 1969. La Comisión 40 autorizó \$350,000 para esta acción, con el objetivo de reforzar los grupos políticos moderados ante de las elecciones presidenciales de 1970. El programa consistía en proporcionar apoyo económico a los candidatos, apoyar a los disidentes del partido socialista para retirar votos del partido socialista de Allende, actividades propagandísticas, y asistencia a grupos independientes. La CIA se refirió a las acciones electorales como todo un éxito en el logro del objetivo establecido; diez de los doce candidatos elegidos para apoyarles consiguieron su objetivo, incluyendo una muy inesperada victoria. El apoyo proporcionado a los disidentes del grupo socialista privó al partido socialista de un mínimo de siete escaños en el congreso.

La Comisión 303 también aprobó \$30,000 para reforzar el ala derecha del partido radical.

Un número de otras acciones políticas que no requirieron la aprobación de la Comisión 303 se llevó a cabo. El proyecto para aumentar la eficacia y el atractivo del partido demócrata cristiano y subvencionar el partido durante las elecciones de 1964 continuó hasta finales de 1965 o 1966, como un proyecto para influir en los miembros clave del partido socialista hacia los socialistas europeos ortodoxos y alejarlos del comunismo. Durante este periodo, la CIA trató con un oficial chileno del gabinete, a pesar de obtener escasos resultados.

Las prácticas de acción encubierta se llevaron a cabo durante este periodo para influir en el desarrollo político de varios sectores de la sociedad chilena. Un proyecto, desarrollado con anterioridad a las elecciones de 1964 para reforzar el apoyo a los demócratas cristianos entre los campesinos y población de zonas marginales, continuó para ayudar, entrenar y organizar "anticomunistas" en estos y otros sectores, hasta el desenmascaramiento público de las subvenciones de la CIA en 1967 que forzaron su fin. Un proyecto para competir organizacionalmente con los Marxistas entre los ciudadanos pobres de Santiago se inició poco después de las elecciones de 1964, y terminó a mediados de 1969 porque el agente principal fue forzado a perjudicar la postura independiente de la organización al usarlo masivamente para orientar el voto en las elecciones presidenciales de 1969 y 1970. A mediados de los años 60, la CIA apoyó un grupo de mujeres anticomunistas activas cultural y políticamente en Chile.

Dos proyectos infiltraron la organización obrera de Chile. Uno, que comenzó durante el periodo electoral en 1964, era un proyecto de acción obrera para combatir el predominio comunista dentro de la Central Unica de Trabajadores Chilenos (CUTCh) y apoyar a los grupos de trabajadores democráticos. El otro proyecto se dirigió al campo de los trabajadores católicos.

Varios proyectos de la CIA durante este periodo apoyaron intervenciones en medios de comunicación. Uno de ellos, comenzó a principios de los años 50, manejando los servicios telegráficos. El otro, formaba parte importante de los esfuerzos electorales de 1964, apoyó actividades de propaganda anticomunista a través de carteles pegados en los muros atribuidos a grupos ficticios, campañas de octavillas e interpelaciones maliciosas en público.

Un tercer proyecto apoyaba un periódico semanal de derechas, que era un instrumento de la campaña contra Allende durante y con posterioridad a la campaña electoral de 1970. Otro proyecto utilizó a un colaborador que dirigía un programa regular de entrevistas política atacando a los partidos de la izquierda y apoyando los candidatos que la CIA había elegido. Después de la invasión soviética a Checoslovaquia, este peón organizó una marcha a la embajada soviética la cual tuvo una cobertura de la policía y un amplio seguimiento por parte de los medios de comunicación. Otros colaboradores buscados para este proyecto insertaban editoriales con la posición de la CIA casi a diario en El Mercurio, uno de los principales periódicos de Chile y, después de 1968, ejercían un control sustancial sobre los contenidos de los artículos de la sección internacional.

La CIA también mantuvo lazos secretos con los servicios de inteligencia y seguridad interna de Chile, tanto civiles como militares. El objetivo primordial de estos acuerdos era capacitar a los servicios chilenos para ayudar a la CIA en la recopilación de información sobre objetivos extranjeros. El objetivo secundario de estas relaciones era

recoger información y conocer la amenaza que suponían los comunistas y otros grupos de la extrema izquierda dentro de Chile.

2. Efectos de la Acción Encubierta

Las evaluaciones de la CIA de los proyectos electorales de 1965 y 1969 sugieren que esos empeños fueron relativamente exitosos en conseguir sus objetivos inmediatos. Por otro lado, los proyectos obreros y de "desarrollo comunitario" fueron juzgados como fracasados a la hora de controlar el crecimiento de las ideas izquierdista entre los trabajadores, campesinos y pobladores de barrios marginales. Como ejemplo, los proyectos obreros no pudieron encontrar un grupo legitimado de líderes obreros chilenos para competir de manera efectiva contra el predominio comunista en la CUTCh.

Los proyectos propagandísticos probablemente tuvieron un substancial efecto acumulativo durante estos años, ambos ayudaron a polarizar la opinión pública respecto de la amenaza planteada por los comunistas y otros izquierdistas, y en un mantenimiento y extensión de la capacidad propagandística. Los mecanismos de propaganda desarrollados durante los años 60 estuvieron prestos para ser utilizados en la campaña electoral de 1970. No obstante, en un país donde nacionalismo, "independencia económica", y "anti- imperialismo" reclamaba el apoyo internacional, las persistentes aseveraciones por las cuales demócrata- cristianos, otros partidos de centro y la derecha estaban vinculados a la CIA pudieron haber jugado un papel en la reducción del apoyo popular que estos recibían.

C. LAS ELECCIONES DE 1970: UNA CAMPAÑA DE "RUINA"

1. Política de los Estados Unidos y Acción Encubierta

A comienzos de 1969, el Presidente Nixon anunció una nueva política hacia Latinoamérica, etiquetada por el mismo como "Acción para el Progreso". Iba a reemplazar la Alianza para el Progreso que el presidente calificó como paternalista y poco real. En su lugar, los Estados Unidos buscaban una "paternidad madura" con los países de Latinoamérica, enfatizando el comercio y no la ayuda. La trampa reformista de la Alianza se dejó caer; los Estados Unidos anunciaron su disposición para tratar pragmáticamente con gobiernos extranjeros.

El programa de acción encubierta de los Estados Unidos en las elecciones chilenas de 1970 reflejó una postura menos activista. Sin embargo, tomaron parte secretamente de una manera substancial. En marzo de 1970, la Comisión 40 decidió que los Estados Unidos no deberían apoyar a un candidato individual en las elecciones sino más bien hacer operaciones de "ruina" contra la coalición de Unidad Popular que apoyaba al candidato marxista, Salvador Allende. En todo ello, la CIA gastó de \$800,000 a \$1,000,000 en acciones encubiertas para alterar el resultado de las elecciones presidenciales de 1970. De esta cantidad aproximadamente la mitad se aprobó por la Comisión 40 para mayores empeños. Según estimaciones de la CIA, los cubanos proporcionaron cerca de \$350,000 para la campaña de Allende, con una cantidad adicional indeterminada aportada por los soviéticos. La campaña propagandística a gran

escala llevada a cabo por los Estados Unidos fue similar a la de 1964: una victoria de Allende fue equiparada a violencia y represión.

2. Decisiones políticas

Discusiones dentro del gobierno de los Estados Unidos acerca de las elecciones de 1970 comenzaron a continuación de las elecciones al congreso chileno en marzo de 1969. La implicación de la CIA en esas elecciones fue interpretada por Washington como un éxito relativo, incluso a pesar de que los votos de los demócratas cristianos cayeron de un 43 por ciento en 1965 a un 31 por ciento en 1969. En junio de 1968 la Comisión 40 había autorizado \$350,000 para esta intervención, de los cuales \$200,000 en realidad ya estaban gastados. Diez de los doce candidatos apoyados por la CIA fueron elegidos.

Las elecciones de 1970 se discutieron en la reunión de la Comisión 40 el 17 de abril de 1969. Se sugirió que debía hacerse algo, y un representante de la CIA señaló que una operación electoral no sería efectiva a menos que se pusiera en marcha rápidamente. Pero no se llevó a cabo ninguna acción en ese momento.

La carrera por la presidencia en 1970 pronto se convirtió en una contienda a tres bandas. El conservador partido Nacional mantenido a flote por los resultados de las elecciones al congreso de 1969 apoyó al ex presidente Jorge Alessandri de 74 años. Radomiro Tomic se convirtió en candidato para los demócratas cristianos. Tomic, a la izquierda del presidente Frei, no estaba contento con el desarrollo de la campaña del gobierno de Frei y en un momento hizo proposiciones a la izquierda marxista. Salvador Allende fue una vez más el candidato de la izquierda, esta vez unificada en la coalición de Unidad Popular que incluía partidos marxistas y no- marxistas. La plataforma de Allende incluía la nacionalización de las minas de cobre, aceleración de la reforma agraria, socialización de los principales sectores de la economía, aumento en los salarios, y mejorar las relaciones con países socialistas y comunistas.

En diciembre de 1969, la Embajada y la Central en Santiago fomentaron la propuesta de una campaña contra Allende. Esta propuesta, sin embargo, fue retirada ante la duda del Departamento de Estado acerca de si debía estar involucrado de algún modo el gobierno de los Estados Unidos. La CIA se dio cuenta que no estaba en posición de apoyar a Tomic activamente ya que las "reglas básicas" de la embajada de años previos habían impedido a la CIA tratar con los demócratas cristianos. La Agencia creyó que Alessandri, el claro candidato al triunfo, necesitaba algo más que dinero; necesitaba ayuda para dirigir su campaña.

El 25 de marzo de 1970 la Comisión 40 aprobó una propuesta conjunta Embajada/CIA recomendando que las operaciones de "ruina" - propaganda y otras actividades se llevaran a cabo por la CIA en un intento para impedir la victoria electoral de Allende. No se elaboró apoyo directo a ninguno de sus oponentes. La primera autorización fue por valor de \$135,000, con la opción de más financiación posteriormente. El 18 de junio de 1970, el embajador, Edward Korry, sometió a estudio del Departamento de Estado y la CIA una propuesta doble. La primera parte planteaba un incremento de la ayuda para la campaña contra Allende. La segunda era un plan de emergencia de \$500,000 para influir en los votos del congreso ante una eventual votación entre los candidatos ubicados en primer y segundo lugar. En respuesta rechazó

del Departamento de Estado, el Embajador respondió con una pregunta: ¿Sí Allende obtiene el poder, como responderían los Estados Unidos a aquellos que preguntaran qué acciones se habían tomado para evitarlo?

El 27 de junio, la Comisión 40 aprobó aumentar las subvenciones para la operación "ruina" contra Allende en \$300,000. Oficiales del Departamento de Estado votaron en una reunión "sí" con reticencias. No estuvieron de acuerdo con el plan de emergencia y se aplazó una decisión hasta los resultados de las elecciones el 4 de septiembre.

Oficiales de la CIA se reunieron en varias ocasiones con jefes de ITT durante julio. La CIA rechazó la propuesta de ITT de facilitar fondos a través de la CIA a Alessandri pero proporcionó asesoría a la compañía sobre cómo hacer llegar ese dinero a Alessandri. De los \$350,000 que ITT dio a Alessandri durante la campaña -\$250,000 fueron a su campaña y \$100,000 al partido Nacional. Otros cerca de \$350,000 llegaron de empresarios de los Estados Unidos. De acuerdo a documentos de la CIA, el Jefe de la Central informó al embajador que la CIA había aconsejado a ITT que subvencionara la campaña de Alessandri, pero que la Central no le había sugerido la ayuda económica al Partido Nacional.

La Comisión 40 se reunió de nuevo el 7 de agosto pero consideró no dar en adelante apoyo ni a Alessandri ni a Tomic. Como la campaña contra Allende en Chile se intensificó, los políticos experimentados volvieron al tema de la política que seguirían los Estados Unidos en el caso de una victoria de Allende. Un estudio hecho en respuesta al Memorándum Estudio de Seguridad Nacional 97 fue aprobado por el Grupo Inter departamental (IG) el 18 de agosto. Este escrito [\[5\]](#) establecía cuatro opciones, una en forma de anexo secreto. En consenso el Grupo Inter departamental aceptó que se mantuvieran mínimas relaciones con Allende, pero el Grupo Superior de Control aplazó esta decisión hasta después de las elecciones. De forma parecida, un escrito con alternativas se dirigió a los miembros de la Comisión 40 el 13 de agosto, pero no hubo reacción.

3. Operaciones de "Ruina"

Las operaciones de "ruina" tuvieron dos objetivos: (1) minar los empeños comunistas para crear una coalición de fuerzas izquierdistas las cuales podrían conseguir el control de la presidencia en 1970; y (2) reforzar a los líderes políticos no marxistas en Chile para desarrollar una alternativa eficaz a la coalición de Unidad Popular en previsión de las elecciones presidenciales de 1970.

Trabajando en estos objetivos, la CIA uso media docena de proyectos de acción encubierta. Esos proyectos se focalizaron en una intensa campaña propagandística la cual utilizó virtualmente todos los medios de comunicación en Chile colocando artículos y contestaciones en la prensa internacional. Las inserciones de propaganda se consiguieron a través de subvenciones a grupos de mujeres del ala derecha y grupos de "acción cívica". Una "campaña de terror", usando muchos de los mismos planteamientos que en el programa de elección presidencial de 1964, equiparando una victoria de Allende con violencia y represión stalinista. Sin embargo, contrariamente a 1964, la operación de 1970 no incluyó amplios sondeos electorales, organización de bases, o trabajos en "desarrollo comunitario", ni como se ha mencionado, subvenciones directas a ningún candidato.

Además de la masiva campaña propagandística, la acción de la CIA anterior a las elecciones incluía acciones políticas dirigidas a los disidentes del no-marxista Partido Radical y reducir el número de votos dirigidos al candidato de la coalición Unidad Popular. También, se usó en 1970 "propaganda negra"- material supuestamente realizado por otro grupo- fue usado en 1970 para crear desavenencias entre comunistas y socialistas, y entre la confederación nacional obrera y el Partido Comunista Chileno.

La operación de propaganda de la CIA para las elecciones de 1970 hizo uso de mecanismos que se habían desarrollado anteriormente. Un mecanismo había sido usado intensamente por la CIA durante las elecciones al congreso en marzo de 1969. Durante la campaña de 1970 se produjeron cientos de miles de impresos de gran calidad, desde carteles y octavillas, folletos y estampados, hasta llevar a cabo un extenso programa de propaganda a través de radio y salidas en prensa. Otros mecanismos de propaganda que tuvieron lugar antes de la campaña de 1970 incluyeron el apoyo a un grupo editorial que proporcionaba artículos políticos, editoriales, y crónicas nuevas para ser colocadas en prensa y radio; un servicio para colocar artículos anti-comunistas en prensa y radio; y tres diferentes servicios de noticias.

Había una amplia variedad de productos propagandísticos: se envió un boletín informativo enviado por correo a aproximadamente a dos mil periodistas, académicos, políticos, y otros creadores de opinión; un libreto que mostraba como sería la vida si Allende ganaba las elecciones presidenciales; traducción y distribución de crónicas de oposición al régimen soviético; distribución de carteles y equipos de pintadas. Los equipos que hacían pintadas tenían instrucciones de pintar el eslogan "su paredón" en 2.000 muros, evocando una imagen de los pelotones de fusilamiento comunistas. La "campaña de terror" explotó la violencia de la invasión a Checoslovaquia con fotografías grandes de Praga y de tanques en el centro de Santiago. Otros carteles recordaban a los usados en 1964, mostrando prisioneros políticos cubanos ante el pelotón de fusilamiento, y avisando que una victoria de Allende significaría el fin de la religión y la vida familiar en Chile.

Además otro proyecto pagaba colaboradores individuales en prensa. Uno, que dirigió regularmente un programa de entrevistas con divulgación de nivel nacional, había sido subvencionado por la CIA desde 1965 y continuó haciendo propaganda para la CIA durante la presidencia de Allende. Otros agentes, todos empleados de El Mercurio, facilitó que la Central generara más de una edición al día guiada por la CIA. El acceso a El Mercurio tenía múltiples efectos, desde que sus ediciones eran leídas en todo el país y en varios noticiarios de radio de nivel nacional. Además, El Mercurio era uno de los más influyentes periódicos de Latinoamérica, especialmente en círculos empresariales del extranjero. Un proyecto que colocó en radio y prensa artículos anti-comunistas consiguió en 1970 una cuota de audiencia de más de cinco millones de personas.

La CIA subvencionó solo un grupo político durante la campaña de 1970, en un intento por reducir el número de votos del Partido Radical a Allende.

4. Repercusiones

La acción encubierta de "ruina" de los Estados Unidos durante la campaña de 1970 no tuvo éxito: Allende ganó libremente las elecciones del 4 de septiembre. No obstante, la campaña "ruina" tuvo repercusiones importantes.

Primero, la "campana de terror" contribuyó a la polarización política y al pánico financiero en ese periodo. Los temas desarrollados durante la campana fueron incluso explotados más intensamente durante las semanas posteriores al 4 de septiembre, en un intento de causar suficiente pánico financiero e inestabilidad política para instar al Presidente Frei o a los militares chilenos a entrar en acción.

Segundo, muchos de los agentes relacionados con la campana contra Allende se volvieron tan visibles que su utilización quedó limitada posteriormente. Varios de ellos abandonaron Chile. Cuando Allende tomó su cargo, pocos aparatos de propaganda subvencionados por la CIA quedaron en activo. No obstante, permaneció un núcleo, suficiente para permitir una voz de oposición contra Allende con efectividad incluso antes de que el nuevo Presidente fuera proclamado oficialmente.

D. Acción Encubierta entre el 4 de Septiembre y el 24 de Octubre de 1970[\[6\]](#)

El 4 de septiembre, 1970, Allende ganó libremente las elecciones presidenciales en Chile, al no haber ningún candidato que hubiera recibido una mayoría del voto popular, la Constitución Chilena exigía que una sesión conjunta de su congreso decidiera entre los candidatos ubicados en primer y segundo lugar. La fecha establecida para la sesión del congreso fue el 24 de octubre de 1970.

La reacción en Washington ante la victoria democrática de Allende fue inmediata. La Comisión 40 se reunió el 8 y 14 de septiembre para discutir que medidas debían tomarse antes de la votación del congreso el 24 de octubre. El 15 de septiembre, el Presidente Nixon informó al Jefe de la CIA Richard Helms que el régimen de Allende en Chile no sería aceptado por los Estados Unidos y dio instrucciones a la CIA para que pasaran a jugar un papel directamente y organizaran un golpe de estado militar en Chile para evitar la llegada de Allende a la presidencia.

Después de la reunión del 14 de septiembre la Comisión 40 y el Presidente Nixon el 15 de septiembre se dieron instrucciones a la CIA, los objetivos del gobierno de los Estados Unidos para evitar que Allende asumiera su cargo se dirigieron en dos trayectorias [\[7\]](#). Trayectoria I comprendía todas las actividades secretas aprobadas por la Comisión 40, incluyendo políticas, económicas y actividades de propaganda. Estas actividades se diseñaron para inducir a la oposición a impedir la toma del poder de Allende, tanto por medios políticos como militares. Trayectoria II comprendía actividades en Chile tomadas en respuesta a la orden del Presidente Nixon el 15 de septiembre y fueron dirigidas a promover activamente y animar a los militares chilenos a actuar contra Allende.

1. Plan de Acciones I

A. ACCION POLITICA

Inicialmente tanto la Comisión 40 como la CIA se centraron en lo que se llamó juego de reelección de Frei como medio para evitar que Allende asumiera el cargo. Esta opción, que se consideró como una solución constitucional al problema de Allende, consistía en inducir lo suficiente para que los votos del congreso eligieran a Alessandri en vez de Allende con el convencimiento de que Alessandri renunciaría inmediatamente,

y de esta modo se allanaría el camino para unas elecciones especiales en las cuales Frei se convertiría legalmente en candidato. En la reunión de la Comisión 40 del 14 de septiembre, se discutió la táctica Frei, y la Comisión autorizó una subvención circunstancial de \$250,000 para apoyo secreto de los proyectos que Frei o sus asociados juzgaban importantes. Estas subvenciones fueron entregadas al embajador Korry para ser usadas si lo consideraban necesario para desviar los votos del congreso de la facción moderada del partido demócrata cristiano hacia Alessandri. La única propuesta que se discutió para las subvenciones fue un intento de sobornar a los congresistas chilenos para que votaran a Alessandri. Se vio rápidamente que esto no funcionaría, y los \$250,000 nunca fueron gastados.

El proyecto Plan de Acciones I de la CIA apuntaba a condiciones en las que el cambio por Frei tuviera lugar. Para hacer esto, la CIA, en la dirección de la Comisión 40, desplegó una acción coordinada en lo político, lo económico y en la campaña propagandística. Como parte de su programa de acción política, la CIA procuró inducir indirectamente a Frei para que al menos consintiera al juego o, mejor incluso apoyara su implantación. La Agencia sentía que las presiones de aquellos cuya opinión y puntos de vista él valoraba -en combinación con ciertas actividades propagandísticas-, eran la única esperanza de convencer a Frei. En Europa y Latinoamérica, miembros influyentes del Movimiento Demócrata Cristiano y la Iglesia Católica fueron instados a visitarle o contactar con Frei. A pesar de estos intentos, Frei rechazó interferir en el proceso constitucional, y la maniobra de reelección murió.

B. CAMPAÑA DE PROPAGANDA

El 14 de septiembre, la Comisión 40 acordó que debería ser llevada a cabo por la CIA una campaña de propaganda para hacer hincapié en el daño que ocasionaría a Chile estar bajo el gobierno de Allende. La campaña fue incluida en los esfuerzos tácticos para conseguir la reelección de Frei. De acuerdo a un informe de la CIA, la campaña buscó crear preocupaciones acerca del futuro de Chile si Allende era elegido por el Congreso; la propaganda se diseñó para influir a Frei, a la elite chilena y los militares chilenos.

La campaña de propaganda incluía varios componentes. Predicciones de colapso económico bajo la administración de Allende, fueron creados y colocadas por la CIA en periódicos Europeos y Latinoamericanos. En respuesta a las críticas del candidato Allende en El Mercurio, la CIA a través de sus resortes de acción encubierta, orquestó cables de apoyo y protestas de periódicos extranjeros, una protesta que venía de una asociación de prensa internacional, y cobertura en el extranjero de la protesta de la asociación. Además, periodistas -agentes y otros viajaron a Chile para transmitir desde el mismo lugar de la escena. Hacia el 28 de septiembre, la CIA tenía agentes que eran periodistas de diez países diferentes allí o camino de Chile. Este grupo se complementaba con ocho periodistas más de cinco países bajo dirección de agentes de alto nivel que estaban, en su mayor parte, altamente capacitados en la dirección de los medios de comunicación.

Segundo, en Chile la CIA confiaba en sus propios recursos para generar propaganda en contra de Allende. Estos intentos incluían: apoyo a prensa clandestina; ubicación de artículos de noticias específicos a través de agentes; financiación de un pequeño periódico; subvenciones indirectas de Patria y Libertad un grupo fuertemente enfrentado

con Allende, y sus programas de radio, anuncios políticos y reuniones políticas; y envíos postales directos de artículos extranjeros a Frei, su mujer, dirigentes elegidos, y la prensa nacional chilena.

Tercero, inteligencia especial y resúmenes "internos" fueron dados a periodistas de los Estados Unidos, como respuesta a sus peticiones. Una historia secreta del Time fue considerada particularmente notable. De acuerdo con documentos de la CIA, el corresponsal del Time en Chile aparentemente había aceptado sin cuestionarlo las declaraciones de moderación y constitucionalidad de Allende. Informes solicitados por Time y proporcionados por la CIA en Washington, generaron un cambio en la orientación y de la extensión básica del relato del Time acerca de la victoria de Allende del 4 de septiembre.

Algunas estadísticas evidencian la magnitud de la campaña de propaganda que la CIA montó durante el este lapso de seis semanas en los medios de comunicación de Latinoamérica y Europa. De acuerdo con la CIA, informes parciales mostraban 726 artículos, programas de radio, editoriales, y prácticas similares que resultaron de actividades directas de la Agencia. La Agencia no tuvo forma de medir la magnitud del efecto multiplicador -i.e., cuanto habían dirigido el interés de los medios de comunicación hacia los asuntos Chilenos y estimularon una cobertura adicional, a través de sus artículos "inducidos"- pero concluyeron que su contribución fue substancial y significativa.

C. PRESIONES ECONOMICAS

El 29 de septiembre de 1970 se reunió la Comisión 40. Se acordó que el gambito por Frei había sido sobrepasado por los acontecimientos y estaba muerto. La "segunda mejor opción"- el gabinete dimisionario reemplazado con un gabinete militar- fue también condenado a muerte. El punto estaba entonces en que no habría posibles acciones militares a menos que se pudieran establecer medidas de presión económicas en Chile. Se acordó que se intentaría que los empresarios americanos se posicionaran en la línea de los Estados Unidos que esperaba una inmediata acción económica.

La ofensiva económica contra Chile, se llevó a cabo como parte del Plan de Acciones I, fue pensada para demostrar la reacción económica extranjera al ascenso de Allende al poder, así como para mostrar las futuras consecuencia de su régimen. En general, la Comisión 40 aprobó recortes de todos los créditos, presiones a empresas para reducir sus inversiones en Chile e involucrar a otras naciones a cooperar en su aventura.

Estas acciones de la Comisión 40, y el establecimiento de una inter agencia trabajando en grupo para coordinar abiertamente actividades económicas hacia Chile (compuesta por el Jefe de la CIA de la División del Hemisferio Occidental y representantes del Estado, el NSC, y el Tesoro) afectó negativamente a la economía chilena; generó un gran pánico financiero. Sin embargo, los intentos de los Estados Unidos para generar una crisis económica no tuvieron el impacto deseado en la votación del 24 de octubre, ni tampoco estimularon una intervención militar para evitar el ascenso de Allende.

2. Plan de Acciones II

Como se ha visto anteriormente, los esfuerzos de los Estados Unidos para evitar que Allende tomara posesión de su cargo caminaron en dos vías entre el 4 de septiembre y el 24 de octubre. El Plan de Acciones II fue iniciado por el Presidente Nixon el 15 de septiembre cuando él dio instrucciones a la CIA de jugar un papel directo en la organización de un golpe de Estado militar en Chile. La Agencia actuó sin coordinarse con los Departamentos de Estado y Defensa y sin informar al embajador de los Estados Unidos. Mientras que la posibilidad de un golpe y otras medios que buscaban como evitar la toma del poder de Allende eran exploradas por la Comisión 40 durante este periodo, la Comisión 40 nunca discutió esta actuación directa de la CIA. En la práctica, la Agencia daba cuenta tanto de acciones de información como de la aprobación de acciones a la Casa Blanca.

Entre el 5 y el 20 de octubre de 1970, la CIA contactó en 21 ocasiones con los mandos militares y oficiales de Carabineros (policía) en Chile. A los Chilenos que se inclinaban a protagonizar un golpe se les aseguró apoyo a los más altos niveles del gobierno de los Estados Unidos tanto antes como después del golpe.

El Plan de Acciones I y el II, de hecho, se movieron juntos después del 15 de septiembre. El embajador Korry, que estaba formalmente excluido del Plan de Acciones II, fue autorizado a fomentar un golpe militar, asegurándose que Frei conviniera con esa solución. En la reunión de la Comisión 40 el 14 de septiembre, él y otro "miembro indicado de la misión de la Embajada" fueron autorizados para intensificar sus contactos con oficiales militares chilenos para estimar su voluntad para apoyar el "Gambito por Frei". El embajador fue también autorizado para hacer sus contactos con los militares chilenos enterados de que si Allende conseguía el cargo, los militares no obtendrían más apoyo militar (MAP) de los Estados Unidos. Más tarde, Korry fue autorizado para informar a los militares chilenos que todo (MAP) y las ventas militares estaban siendo mantenidas en suspenso pendientes de los resultados de las elecciones al congreso el 24 de octubre.

La diferencia esencial entre el Plan de Acciones I y II, como se evidencia por las instrucciones al embajador Korry durante este periodo, no era que el Plan de Acciones II estuviese orientado hacia un golpe y el Plan de Acciones I no. Ambos tenían este objetivo en mente. Había dos diferencias entre los dos Planes de Acciones: el Plan de Acciones I dependía, como mínimo, del consentimiento de Frei; y el Plan de Acciones II de la CIA que establecía contactos directos con los militares chilenos, promoción activa y apoyo para un golpe, fueron conocidos sólo por un pequeño grupo de individuos en la Casa Blanca y la CIA.

A pesar de estos intentos, el Plan de Acciones II probó no tener más éxito que el Plan de Acciones I en evitar que Allende tomara el cargo. A pesar de que ciertos elementos dentro del Ejército Chileno estuvieron activamente involucrados en la conspiración del golpe, los planes de los disidentes chilenos nunca despegaron del suelo. Un atentado bastante desorganizado empezó el 22 de octubre, pero abortó a continuación del tiroteo al General Schneider.

El 24 de octubre de 1970 Salvador Allende fue confirmado como Presidente por el Congreso Chileno. El 3 de noviembre fue investido. Los esfuerzos de los Estados Unidos, tanto abierta como secretamente, para evitar la toma de su cargo habían fracasado.

E. ACCION ENCUBIERTA DURANTE LOS AÑOS DE ALLENDE 1970-1973

1. *Política de los Estados Unidos y Acción Encubierta*

En su discurso de Estado de 1971, publicado el 25 de febrero de 1971, el Presidente Nixon anunció: "Nosotros estamos preparados para tener buenas relaciones con el gobierno chileno que él se prepare para tenerlas con nosotros". Esta declaración pública de la política americana fue seguida por discusiones internas del NSSM durante el ejercicio del 97. Charles Meyer, Ayudante del Secretario de Estado para asuntos Inter Americanos, detalló como una línea "correcta pero mínima" en su testimonio de 1973 ante la Comisión del Senado para Relaciones Externas con Corporaciones Multinacionales:

Sr. MEYER. La política del gobierno, Sr. Presidente, fue que no hubiera intervención en los asuntos políticos de Chile. Nosotros fuimos consecuentes en que nosotros no financiamos candidatos, ni partidos políticos antes del 8 de septiembre, o el 4 de septiembre... La política de los Estados Unidos era que el problema de Chile, era un problema chileno, para ser moderado por Chile. Según el presidente declaró en octubre de 1969, "Nosotros trataremos con los gobiernos según ellos sean". (Corporaciones Multinacionales y Política Exterior de los Estados Unidos, Audiencia ante el Subcomité en Corporaciones Multinacionales de la Comisión en Relaciones Externas, Senado de los Estados Unidos, Noventa y tres Congreso Washington: GPO, 1973 Parte 1, pag. 402).

A pesar de las declaraciones públicas éstas no aguantaron, después de la toma de posesión de Allende la Comisión 40 aprobó un total de más de siete millones de dólares en apoyo secreto a grupos de oposición en Chile. Ese dinero también financió una intensa campaña de propaganda contra Allende. Del total autorizado por la Comisión 40, más de seis millones de dólares se gastaron durante la presidencia de Allende y \$84,000 se gastaron poco tiempo después en compromisos anteriores al golpe. La cantidad total gastada como acción encubierta en Chile durante los años 1970-73 fue de \$7 millones aproximadamente, incluyendo proyectos de financiación que no requirieron la aprobación de la Comisión 40.

Hablando en términos generales, la política de los Estados Unidos perseguía maximizar las presiones sobre el gobierno de Allende para evitar su consolidación y limitar su capacidad para llevar a cabo políticas contrarias a los Estados Unidos y sus intereses en el hemisferio. Este objetivo estaba claramente establecido en el Memorando de la Ejecutiva en Seguridad Nacional (NSDM) 93, emitido en los inicios de noviembre de 1970. Se animó a otros gobiernos a adoptar políticas similares, y los Estados Unidos aumentaron sus esfuerzos para mantener estrechas y amistosas relaciones con líderes militares del hemisferio. La postura manifiesta "fría pero correcta" negaba ante el gobierno de Allende el papel de enemigo extranjero próximo, para usarlo como un tema de reagrupamiento nacional e internacional. Al mismo tiempo, la acción encubierta era un reflejo de las preocupaciones que sentían en Washington: el deseo de frustrar la experiencia de Allende en el Hemisferio Occidental y así limitar su atractivo como modelo a seguir; el miedo que un Chile bajo Allende pudiera albergar subversivos de otros países de Latinoamérica; y la determinación de mantener los principios de

compensación para empresas de los Estados Unidos nacionalizadas por el gobierno de Allende.

Henry Kissinger perfiló varias de estas preocupaciones en un informe previo que dio a la prensa el 16 de septiembre de 1970 como resultado de la elección de Allende:

Ahora es bastante fácil para uno predecir que si Allende gana, hay una buena oportunidad para que constituya durante un periodo largo algún tipo de gobierno comunista. En ese caso ustedes lo tendrían no en una isla de la costa que no tiene una relación tradicional y de impacto en Latinoamérica, sino que tendrían un gobierno comunista en uno de los principales países de Latinoamérica, unido, por ejemplo a Argentina que ya está profundamente dividido, a lo largo de su dilatada frontera, junto con Perú, que ya estaba a la cabeza en direcciones con las que había sido difícil de negociar, y junto a Bolivia, que también se había dirigido hacia la izquierda, en dirección anti- Estados Unidos, incluso sin ninguno de estos desarrollos.

Por tanto yo no creo que nosotros debiéramos engañarnos a nosotros mismos pensando que la toma de posesión de Allende en Chile no presenta grandes problemas para nosotros, y para las fuerzas democráticas y fuerzas pro- Estados Unidos en Latinoamérica, e incluso para todo el Hemisferio Occidental. Que sucedería al Consejo de Defensa del Hemisferio Occidental, o a la Organización de los Estados Unidos, y así sucesivamente, en una situación extremadamente problemática... Es una de esas situaciones no demasiado atractiva para los intereses americanos (Corporaciones Multinacionales y Política Exterior de los Estados Unidos, Audiencia ante el Subcomité de Corporaciones Multinacionales del Comité de Relaciones Exteriores, Senado de los Estados Unidos, Noventa y tres Congreso, Washington: GPO, 1973 Parte 2, pág. 542-3).

Según la discusión del Presupuesto de Inteligencia Nacional en la Sección IV de este informe, se ve claro que los temores más extremos acerca de los efectos de la elección de Allende eran infundados; nunca hubo un temor importante de la presencia militar soviética; la "exportación" de la revolución de Allende estaba limitada, y su valor como modelo más restringido aún; y Allende era escasamente más hospitalario con los activistas exiliados de otros países de Latinoamérica que lo había sido su predecesor. Sin embargo, esos temores, a menudo exagerados, consiguieron activar a los oficiales en Washington.

La postura pública "fría pero correcta" y las intensas actividades clandestinas formaron dos terceras partes del proceso de acciones oficiales. La tercera fue presión económica, tanto manifiesta como encubierta, intentando exacerbar las dificultades en que estaba la economía chilena. Los Estados Unidos recortaron la ayuda económica, negaron créditos, e hicieron esfuerzos -parcialmente satisfactorios- para conseguir la cooperación de las instituciones financieras internacionales y la empresa privada apretando la "oprimida" economía de Chile. Esa "opresión" internacional intensificó el efecto de las medidas económicas llevadas a cabo por grupos de la oposición dentro de Chile, particularmente las dañinas huelgas en los sectores del transporte y la minería. Por ejemplo, los efectos combinados de la restricción del crédito internacional y las huelgas nacionales en el sector del cobre fueron devastadoras para el intercambio exterior de Chile.

Durante todo el mandato de Allende, los Estados Unidos mantuvieron estrechos contactos con las fuerzas armadas Chilenas, tanto a través de la CIA como de los agregados militares. El propósito principal de estos contactos era recoger información, para detectar cualquier disposición dentro de las fuerzas armadas chilenas ha intervenir. Pero oficiales de los Estados Unidos también fueron instruidos para ejercer influencia dentro de los militares chilenos y convertirse en apoyo incondicional de estas actividades sin que se observe una promesa de los Estados Unidos de apoyo en acciones militares que podrían ser prematuras. Por ejemplo, en noviembre de 1971, la Central fue preparada para llevar al gobierno de los Estados Unidos a una posición futura de ventaja tanto política como militar en la solución del dilema chileno, dependiendo del desarrollo interno del país y el impacto algo más tarde en los propios militares.

No hay una evidencia clara de la ayuda directa de los Estados Unidos al golpe de estado, a pesar de las frecuentes alegaciones de tal ayuda. Por el contrario, los Estados Unidos -por sus actuaciones previas durante el Plan de Acciones II, la manifiesta postura de oposición a Allende, y la naturaleza de sus contactos con los militares chilenos- probablemente dan la impresión que no mirarían con desagrado un golpe militar. Y oficiales de los Estados Unidos en los años anteriores a 1973 pueden no haber siempre logrado con éxito haber caminado entre la delgada línea que separa vigilar la conspiración interna del golpe de estado y realmente estimularlo.

2. Técnicas de Acción Encubierta

A. APOYO A PARTIDOS POLITICOS DE LA OPOSICION

Más de la mitad de las fondos aprobados por la Comisión 40 dieron apoyo a partidos políticos de la oposición: el partido demócrata cristiano (PDC), el partido nacional (PN), y varios grupos de disidentes. Cerca de medio millón de dólares se canalizaron a grupos de oposición durante el mandato de Allende. A comienzos de 1971 las subvenciones de la CIA posibilitaron que el PDC y el PN compraran su propias empresas de radio y periódicos. Todos los partidos de la oposición recibieron dinero antes de las elecciones municipales de abril de 1971 y para las elecciones al congreso en julio. En noviembre de 1971 se aprobaron financiaciones para reforzar al PDC, al PN y a grupos disidentes. También se hizo un esfuerzo para generar una fractura de la coalición UP. Los fondos de la CIA apoyaron a los partidos de la oposición en 3 elecciones en 1972, y en las elecciones al congreso en marzo de 1973. El dinero suministrado a partidos políticos no solo servía para apoyar a candidatos en varias elecciones, sino para posibilitar a los partidos a mantener una campaña en contra del gobierno durante la legislatura de Allende, instando a los ciudadanos a demostrar su oposición en una amplia variedad de maneras.

Durante el gobierno de Allende, la CIA trabajó para forjar una oposición unificada. La importancia de este empeño puede ser calibrada cuando se observa que los dos principales elementos de la oposición al gobierno de la Unidad Popular eran el Partido Nacional, que era conservador, y el reformista Partido Demócrata Cristiano, muchos de cuyos miembros habían dado apoyo a las principales estrategias políticas del nuevo gobierno.

B. PROPAGANDA Y APOYO PARA LA OPOSICION DE MEDIOS

Además de financiar a partidos políticos, la Comisión 40 aprobó grandes sumas de dinero para sostener una oposición en medios de comunicación y así mantener una campaña de propaganda de censura dura. La CIA gastó \$1.5 millón en dar apoyo a El Mercurio, el periódico de más tirada del país y el más importante medio de propaganda contra Allende. De acuerdo con documentos de la CIA, estos intentos jugaron un papel importante en la puesta en escena del golpe militar del 11 de septiembre de 1973.

El consentimiento de la Comisión 40 en 1971 y a comienzos de 1972 para subvencionar a El Mercurio se basaban en informes que decían que el gobierno Chileno estaba intentando cerrar la cadena El Mercurio. De hecho, la prensa permaneció libre durante el gobierno de Allende, a pesar de los intentos por hostigar y dañar financieramente los medios de comunicación de la oposición. Los alarmantes informes de campo en los cuales se basaban las decisiones de la Comisión 40 eran con algunas variaciones análisis del mundo de la inteligencia. Por ejemplo, en agosto de 1971 la comisión de Presupuesto de Inteligencia Nacional -nueve meses después de que Allende asumiera el cargo- mantuvo que el gobierno estaba intentando dominar a la prensa pero observaba que El Mercurio había logrado conservar su independencia. Sin embargo, un mes más tarde la Comisión 40 votó \$700,000 para mantener El Mercurio a flote. Y documentos de la CIA en 1973 reconocieron que El Mercurio y, en menor medida, los periódicos pertenecientes a partidos de la oposición política, eran las únicas publicaciones bajo presión del gobierno. La libertad de prensa era el tema más importante en la campaña de propaganda internacional contra Allende. Entre los libros y panfletos producidos por la organización de investigación de la oposición hubo uno que apareció en octubre de 1972 al mismo tiempo de la reunión en Santiago de la Asociación de Prensa Interamericana (IAPA). Al igual que en el periodo de 1970, la IAPA tildó a Chile como un país en el cual la libertad de prensa estaba amenazada.

El principal proyecto de propaganda de la CIA se financió con un amplio rango de actividades propagandísticas. Se produjeron varias revistas con circulación nacional y un gran número de libros y estudios especiales. Se desarrolló material para implantar en la cadena El Mercurio (con una tirada diaria en circulación de más de 300,000); periódicos de partidos de la oposición; dos periódicos semanales; todas las estaciones de radio controladas por partidos de la oposición; y varios programas de televisión en tres canales. El Mercurio era el canal principal de propaganda durante 1970-73, al igual que había sido durante las elecciones de 1970 y el periodo anterior a la investidura. La CIA también financió progresivamente una gran parte -más del 75 por ciento en 1973- de una organización de investigación de la oposición. Un constante flujo de material económico y técnico fue a partidos de la oposición y grupos del sector privado. Muchos de los proyectos de ley preparados por la oposición parlamentaria fueron redactados en realidad por personal de la organización de investigación.

C. APOYO A ORGANIZACIONES DEL SECTOR PRIVADO

La Comisión tiene testimonio de que las subvenciones aprobadas por la Comisión 40 fueron usadas para ayudar a mantener y afianzar la oposición democrática en Chile. Se ha hecho hincapié en que la CIA no tuvo nada que ver con la huelga de camioneros y los desórdenes que llevaron al golpe. La cuestión del apoyo de la CIA a grupos del sector privado es un asunto de considerable importancia dadas las tácticas violentas usadas por varios de estos grupos en sus acciones para producir una intervención militar.

El asunto de si el apoyo a grupos privados fue debatido al interior de la Embajada y la Comisión en el periodo de finales de 1972 y 1973. En septiembre de 1972 la Comisión 40 autorizó \$24,000 para "apoyo de emergencia" de una poderosa organización de hombres de negocios, pero decidió en contra del apoyo financiero a otras organizaciones del sector privado por su posible relación con las huelgas en contra del gobierno. En octubre de 1972, la Comisión aprobó \$100,000 para tres organizaciones del sector privado -la organización de empresarios, asociaciones de la pequeña y la gran empresa y un abanico de organizaciones formado por grupos de la oposición- como parte de una aprobación de \$1.5 millón para apoyo a grupos de la oposición. De acuerdo con un testimonio de la CIA, este apoyo financiero limitado al sector privado fue restringido a actividades específicas de apoyo de la campaña de oposición electoral, tales como orientación del registro de votos y campaña de captación de votos.

Después de las elecciones de marzo de 1973, en las que las fuerzas de la oposición fracasaron en lograr dos terceras partes de la mayoría en el Senado que podría haberles permitido desplazar a Allende y obtener unas nuevas elecciones, el gobierno de los Estados Unidos volvió a estimar sus objetivos. Parecía haber poca probabilidad de éxito de un golpe militar, pero se cimentaba como una posibilidad ya que el aumento del desorden en todo el país podía inducir a los militares a intervenir en el gobierno de Allende para restaurar el orden. Varias propuestas de apoyo a grupos del sector privado se examinaron en este contexto, pero el Embajador y el Departamento de Estado se mantenían contrarios a tal apoyo por el incremento de la tensión en Chile, y porque los grupos tenían la esperanza de una intervención militar.

Sin embargo el 20 de agosto, la Comisión 40 aprobó una propuesta concediendo \$1 millón a partidos de la oposición y grupos del sector privado, con transferencia de la cuota de fondos en presencia del embajador, Nathaniel Davis, y el Departamento de Estado. Ninguno de estos fondos llegó a grupos del sector privado antes del golpe de estado que fue tres semanas después.

Mientras ocurrían estas deliberaciones, la central de la CIA pidió al Cuartel General que hiciera un sondeo para determinar cuál sería el máximo que apoyo que se podría proporcionar a la oposición, incluyendo a grupos como los propietarios de camiones. El embajador estuvo de acuerdo en que se hicieran estos sondeos, pero se opuso a la propuesta específica de apoyo a los huelguistas por un importe de \$25,000. Hubo una recomendación de la CIA de apoyo a los propietarios de camiones, pero no está claro si esta propuesta se trató ante la Comisión 40. El 25 de agosto -16 días antes del golpe- El Cuartel General avisaron a la Central que ya se habían hecho los sondeos, pero la propuesta de la Central de la CIA nunca se aprobó.

El modelo de las deliberaciones de los Estados Unidos sugiere una cuidadosa distinción entre apoyar a partidos de la oposición y financiar a grupos del sector privado intentando llegar a un golpe militar. Sin embargo, dadas las turbulentas condiciones en Chile, las interconexiones entre los partidos políticos apoyados por la CIA, los diferentes asociaciones de comercio y los grupos paramilitares propensos al terrorismo y al desorden violento eran muchas. La CIA estaba enterada que los lazos entre estos grupos y los partidos políticos hacían difícil establecer distinciones.

El más destacado grupo paramilitar del ala derecha fue Patria y Libertad, el cual se formó después de la elección de Allende el 4 de septiembre, durante el periodo llamado Plan de Acciones II. La CIA suministró a Patria y Libertad \$38,000 a través de un tercer partido durante el periodo del Plan de Acciones II, en un intento por crear tensión y un posible pretexto para una intervención de los militares chilenos. Después de que Allende tomara el cargo, la CIA ocasionalmente suministró pequeñas sumas a través de terceros partidos para manifestaciones o actividades específicas de propaganda. Estos desembolsos, cerca de siete mil dólares en total, finalizaron en 1971. Es posible que los fondos de la CIA dados a partidos políticos llegaran a Patria y Libertad y a un grupo similar, la Brigada Rolando Matus, dada la estrecha relación entre los partidos y estas organizaciones.

Durante la presidencia de Allende, Patria y Libertad fue la voz más estridente de la oposición a todos los esfuerzos de compromiso de los demócrata cristianos, con resistencia a las medidas gubernamentales, e instando a la insurrección a las fuerzas armadas. Sus tácticas llegaron paralelas a las del Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR) como la oposición extrema del espectro político. Las fuerzas de Patria y Libertad se hicieron fuertes en reuniones políticas como elaborado mecanismo de agitación. Durante la huelga general en octubre de 1972, Patria y Libertad fueron dedicaron a esparcir "miguelitos" (clavos de tres puntas) en las autopistas para conseguir llevar el sistema de transportes del país al paro. El 13 de julio de 1973 Patria y Libertad hicieron una declaración en un periódico de Santiago reclamando la responsabilidad por un abortado golpe el 29 de junio y, el 17 de julio, Patria y Libertad liderada por Roberto Thieme anunció que sus grupos desencadenarían una completa ofensiva armada para derrocar al gobierno.

Con respecto a la huelga de camioneros, hay dos factores indiscutibles. El primero, la Comisión 40 no aprobó ninguna subvención para ser dada directamente a los huelguistas. El segundo, todos los observadores estuvieron de acuerdo en que las prolongadas huelgas (la segunda duró desde el 13 de julio, hasta el golpe el 11 de septiembre) no hubieran podido mantenerse con los fondos de los sindicatos. Permanece sin aclarar si se hubiera mantenido y que parte de la financiación que la CIA dio a los partidos de la oposición pudiera haber sido desviada para apoyar a los huelguistas. Está claro que los huelguistas en contra del gobierno eran activamente apoyados por varios grupos del sector privado, los cuales recibían fondos de la CIA. Hubo extensos lazos entre estas organizaciones del sector privado y los grupos que coordinaban y llevaban a cabo las huelgas. En noviembre de 1972, llegó a oídos de la CIA que grupos del sector privado habían dado directamente \$2,800 a los huelguistas, contrario a las reglas locales de la Agencia. La CIA reprendió al grupo, pero sin embargo le dio dinero adicional el mes siguiente.

3. Política Económica de los Estados Unidos hacia Chile: 1970-1973

A. ACCION ENCUBIERTA Y PRESION ECONOMICA

La respuesta política del gobierno de los Estados Unidos al régimen de Allende consistió en un tejido de diplomacia, secreto, y hebras militares y económicas. La presión económica exhortada por los Estados Unidos formó una parte importante de la mezcla. Es imposible comprender el efecto de la acción encubierta sin conocer la presión económica que le acompañó.

B. DEPENDENCIA ECONOMICA CHILENA

El fallecimiento del breve experimento de Allende entre 1970-73 sobrevino como el resultado de muchos factores -externos e internos. El debate académico de si los factores externos o internos pesaron más o menos sería eterno. Este no es lugar para repetirlo. Una breve descripción de la economía chilena será suficiente para sugerir el probable efecto en Chile de las acciones económicas de los Estados Unidos y las posibles interacciones entre factores económicos y políticos que causaron la caída de Allende.

En 1970 la economía de Chile permanecía orientada a la exportación,, dependiente de las ganancias del intercambio exterior de un único producto -el cobre- tanto como se había dependido del nitrato en el siglo XIX. Sin embargo, la Administración de Allende consciente de ello adoptó una política incipiente de diversificación del comercio de Chile expandiendo lazos con Gran Bretaña, el resto de los países de Europa Occidental, y Japón, e iniciando acuerdos comerciales menores con los países del Bloque del Este.

No obstante, la dependencia económica chilena de los Estados Unidos se mantenía como un factor significativo durante el periodo de gobierno de Allende. En 1970 las inversiones privadas directas de los Estados Unidos en Chile se situaron en \$1.1 billones, de una inversión extranjera total estimada en \$1.672 billones. Los Estados Unidos y corporaciones extranjeras controlaban una parte importante en casi todas las áreas críticas de la economía chilena. Más aun, corporaciones de los Estados Unidos controlaban el 80 por ciento de la producción de cobre de Chile, la cual en 1970 suponía las cuatro quintas partes de los ingresos del comercio internacional. En esto el gobierno de Allende se enfrentó a una situación en la que decisiones de corporaciones extranjeras tenían importantes ramificaciones en toda la economía chilena.

Chile había acumulado una importante deuda externa durante el gobierno de Frei, la mayoría contraída con el exterior y bancos privados. Chile pudo, a través del Club París, renegociar \$800 millones de deuda con gobiernos extranjeros y a medio plazo la deuda principal con bancos de los Estados Unidos a comienzos de 1972. También obtuvo en 1972 unos \$600 millones en créditos y préstamos de países del bloque socialista y fuentes occidentales; sin embargo, un estudio realizado por la Comisión Interamericana de la Alianza para el Progreso, concluyó que estos créditos estaban "atados a proyectos de desarrollo específicos y [podían] ser usados solo gradualmente".

Incluso con una política consciente de diversificación de los modelos de comercio exterior, en 1970 Chile continuaba dependiendo de la importación de componentes esenciales de empresas de los Estados Unidos. La posibilidad de créditos comerciales a corto plazo descendió de aproximadamente \$300 millones durante los años de Frei a cerca de \$30 millones en 1972. La caída, como resultado de una combinación de factores políticos y económicos, afectó seriamente al gobierno de Allende y a la posibilidad de compras de componentes y maquinaria de los sectores más críticos de la economía: cobre, acero, electricidad, petróleo y transporte.

A finales de 1972, el Ministro Chileno de Economía estimó que casi una tercera parte de los camiones diesel de la Mina de cobre Chuquicamata, 30 por ciento de los autobuses privados urbanos, el 21 por ciento de todos los taxis, y 33 por ciento de los autobuses del estado no podrían operar por la carencia de repuestos o neumáticos. En

términos generales, el valor de la maquinaria de los Estados Unidos y el equipo de transporte exportado a Chile por empresas de los Estados Unidos descendió de \$152.6 millones en 1970 a \$110 millones en 1971.

C. LOS INSTRUMENTOS DE LA POLITICA ECONOMICA EXTERIOR DE LOS ESTADOS UNIDOS HACIA ALLENDE

La política económica exterior de los Estados Unidos hacia el gobierno de Allende fue gestada en los más altos niveles del gobierno de los Estados Unidos, y coordinada por grupos de trabajo inter-agencias. La política estaba claramente enmarcada durante el periodo del Plan de Acciones II. Las notas de Richard Helms del 15 de septiembre reunido con el presidente Nixon; reunión en la cual se inició el Plan de Acciones II contiene la siguiente indicación: "Hacer gritar a la economía". Una semana más tarde el embajador Korry informó diciéndole a Frei, a través de su ministro de defensa, que "Ni un solo tornillo o tuerca se permitirá que llegue a Chile bajo el gobierno de Allende".

Mientras la economía chilena era vulnerable a las presiones de los Estados Unidos durante algunos años, ello no lo era en un futuro cercano. Este juicio fue claramente hecho por analistas de inteligencia del gobierno, pero estas implicaciones parecen no haber afectado a la manera de hacer política en septiembre y octubre de 1970. En febrero de 1971 un memorándum de Inteligencia apuntaba que Chile no era vulnerable inmediatamente a sanciones económicas, crediticias o comerciales impuestas por los Estados Unidos. De hecho, la imposición de sanciones, mientras que dañarían a Chile con el tiempo, fue visto como la oportunidad de un posible beneficio en un futuro próximo -ello hubiera dado a Chile una justificación para renunciar a una deuda de cerca de un billón de dólares con los Estados Unidos.

La política de presión económica - articulada en NSDM 93 de noviembre de 1970- fue llevada a cabo a través de varios medios. Toda nueva asistencia exterior bilateral fue parada, a pesar de que los desembolsos continuarían bajo prestamos hechos anteriormente. Los Estados Unidos usarían su posición predominante en instituciones financieras internacionales para congelar el flujo de nuevos créditos multilaterales u otras ayudas financieras. Para aumentar su aceptación, la ayuda financiera o las garantías a las inversiones privadas de los Estados Unidos en Chile concluirían, y los empresarios de los Estados Unidos se enterarían de la preocupación del gobierno y sus restricciones políticas.

Las cifras cuentan claramente la historia. La ayuda bilateral de los Estados Unidos, \$35 millones en 1969, fue de \$1.5 millón en 1971. (Ver Tabla II) Los créditos bancarios de exportación -importación, los cuales habían totalizado \$234 millones en 1967 y \$29 millones en 1969, bajaron a cero en 1971. Préstamos del Banco de Desarrollo Interamericano (BDI), en el cual los Estados Unidos mantenían lo que significaba un veto, habían totalizado \$46 millones en 1970; bajaron hasta \$2 millones en 1972 (cifras de los Estados Unidos AID). Los únicos nuevos préstamos hechos a Chile durante el periodo de Allende fueron dos pequeños préstamos a universidades chilenas en enero de 1971 . [\[8\]](#) De la misma manera, El Banco Mundial no hizo nuevos préstamos a Chile entre 1970 y 1973. Sin embargo, el Fondo Monetario Internacional ingresó a Chile aproximadamente \$90 millones durante 1971 y 1972 para ayudar en las dificultades de cambio extranjero.

TABLA II.- AYUDA EXTERIOR A CHILE DEL AGENCIAS DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS Y OTRAS INSTITUCIONES - TOTAL DE PRESTAMOS Y DONACIONES (En millones de dólares)

Año Fiscal	53-61	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Total Ayuda Económica E.U.	339.7	169.8	85.3	127.1	130.4	111.9	260.4	97.1	8.8	29.6	8.6	7.4	3.8	9.8
Ayuda E.U.	76.4	142.7	41.3	78.9	99.5	93.2	15.5	57.9	35.4	18.0	1.5	1.0	.8	5.3
Alimentos para la Paz E.U.	94.2	6.6	22.0	26.9	14.2	14.4	7.9	23.0	15.0	7.2	6.3	5.9	2.5	3.2
Export-Import Bancaria	169.0	.8	16.2	15.3	8.2	.1	234.6	14.2	28.7	3.3	-----	1.6	3.1	(1) 98.1
Total E.U. Ayuda Militar	41.8	17.8	30.6	9.0	9.9	10.1	4.1	7.8	11.8	.8	5.7	12.3	15.0	15.9
Total E.U. ayuda económica y militar	381.5	187.6	115.9	136.1	140.3	122.0	264.5	104.9	91.8	30.4	14.3	(2) 21.3	(2) 21.9	(2) 123.8
Total organizaciones internacionales (3)	135.4	18.7	31.2	41.4	12.4	72.0	93.8	19.4	49.0	76.4	15.4	(2) 8.2	9.4	111.2
IBRD (Banco Mundial)	95.2	-----	-----	22.6	4.4	2.7	60.0	-----	11.6	19.3	-----	-----	-----	13.5
Banco Inter-Americano de Desarrollo (IDB).	5.7	15.1	24.4	16.6	4.9	62.2	31.0	16.5	31.9	45.6	12.0	2.1	5.2	973

(1) Incluye Exp-Imp: 57.0 y otros: 41.1.

(2) Total por cuadro más Banco de Importaciones y Exportaciones.

(3) Contribuciones de los Estados Unidos a Organizaciones Internacionales incluido arriba; Por tanto ayuda de los Estados Unidos y ayuda internacional no deberían ser sumado juntos.

Fuentes: Préstamos y Donaciones Ultramar de los Estados, Obligaciones y Autorizaciones de Préstamo, 1de Julio 1945, al 30 de junio de 1974, pág. 39, 175. Elaborado por la División de Información y Estadística, Oficina de Dirección Financiera, Agencia para el Desarrollo Internacional.

Las reacciones a los acontecimientos Chilenos contaron mucho en el momento en que el gobierno de los Estados Unidos se posicionaba frente a la política de expropiación. En lo que se dio a conocer como la Doctrina Allende, Chile propuso rebajar una parte de los "beneficios excedentes" (además de las re-inversiones y un 10-12 por ciento del margen de beneficio) de cualquier pago compensatorio al nacionalizar empresas en el sector del cobre. Según estos cálculos, las compañías del cobre de los Estados Unidos fueron informadas de que debían dinero. La reacción del gobierno de los Estados Unidos fue enérgica. En enero de 1972, el presidente Nixon anunció que, cuando se enfrentaban con este tipo de situaciones, los Estados Unidos cortaban la ayuda bilateral y "retenían sus préstamos de apoyo en consideración a los bancos de desarrollo multilateral".

Mientras el Departamento de Estado, la CIA, y el Departamento de Comercio participaban en la política económica de los Estados Unidos hacia Chile, un punto central en la ejecución de esta política recayó en el Departamento del Tesoro. El Tesoro instruía a representantes de los Estados Unidos en instituciones multilaterales de crédito. En el IDB, por ejemplo, los Estados Unidos controlaban el 40 por ciento de los votos, suficientes para vetar cualquier préstamo "blando" del IDB. Las propuestas de los préstamos dirigidas al IDB eran sometidas a estudio, nunca se llevaban a cabo por votación de la junta del IDB. Si las acciones de los Estados Unidos, y de estas instituciones multilaterales, estaban motivadas por intereses políticos o juicios económicos de los "merecimientos de crédito" de Chile es un debate no contemplado todavía. Sin embargo, parece claro por el camino que tomaron los Estados Unidos en sus acciones económicas y la naturaleza de los debates dentro del Poder Ejecutivo que la política económica de los Estados Unidos estaba dirigida más por la oposición política al régimen de Allende que por juicios puramente técnicos sobre las finanzas de Chile.

La postura del Banco de Exportación-Importación, una institución pública de los Estados Unidos, refleja el tono de la política económica de los Estados Unidos hacia Chile durante el periodo de Allende. En el otoño de 1970, el Banco desplazó la categoría en créditos de Chile de "B", la segunda categoría, a "D", la última categoría. Debido a que esta baremo servía para evaluaciones semejantes que se efectuaban por bancos privados, corporaciones, e inversores privados internacionales, ello agravó el problema de Chile para atraer y retener el flujo de capital a través de inversiones extranjeras. A mediados de agosto de 1971 el Banco decidió que el crédito por \$21 millones para aviones Boeing de pasajeros sería aplazado dependiendo de una resolución de la polémica sobre las compensaciones por la nacionalización de las compañías de cobre de los Estados Unidos. Esa decisión del banco se tomó un mes después de la nacionalización y dos meses antes de la decisión final de las compensaciones. De hecho, la decisión sobre el Boeing había sido primero anunciada en mayo, ANTES de que sucediera la nacionalización.

Los Estados Unidos enlazaron la cuestión de la indemnización de las compañías de cobre de los Estados Unidos con la deuda externa multilateral de Chile. Esa deuda externa, heredada de las obligaciones incurridas por los gobiernos de Alessandri y Frei, fue la segunda deuda externa per capita más grande de cualquier país en el ámbito mundial. Sin embargo, en las negociaciones en 1972 y 1973 del Club París sobre la deuda externa de Chile, los Estados Unidos como la principal nación afectada como acreedor, rechazaron considerar la reclasificación de los pagos de la deuda externa de Chile hasta que se dieran pasos hacia la indemnización de las compañías de cobre de los Estados Unidos. Los Estados Unidos también ejercieron presión en cada uno de las naciones prestatarias para que no se renegociara globalmente la deuda externa de Chile

III. Relaciones de los Estados Unidos con los militares chilenos

Las relaciones de los Estados Unidos con los militares chilenos durante 1970-1973 deben ser vistas como telón de fondo no sólo de la tradición de estrecha cooperación entre los servicios americanos y chilenos y las continuadas acciones de inteligencia, sino también en el contexto del Plan de Acciones II - un intento para fomentar un golpe de Estado. El Plan de Acciones II marcó una ruptura en la naturaleza de las relaciones entre los oficiales de los Estados Unidos y los militares chilenos.

La estrecha cooperación personal y profesional entre los oficiales chilenos y americanos tiene una extensa tradición. La presencia de militares americanos en Chile era importante, formada por agregados militares, la Embajada, y miembros del Grupo Militar que proporcionaba entrenamiento y asistencia a los servicios del ejército chileno. A finales de 1960 el Grupo Militar estaba formado por más de cincuenta; durante la etapa de Allende, se redujo a una docena aproximadamente, por razones que tenían que ver con el recorte presupuestario de los Estados Unidos.

A. ANTES DEL PLAN DE ACCIONES II

En julio de 1969 la Central de la CIA en Santiago solicitó y recibió la aprobación del cuartel general para un programa secreto que estableciera infiltrados de inteligencia en los servicios del ejército chileno con el fin de controlar la conspiración del golpe militar. El programa duró cuatro años; incluía agentes colocados en las tres cuerpos militares chilenos así como oficiales de alto mando, oficiales en activo, generales retirados del estado mayor y reclutas. Desde 1969 hasta agosto de 1970, el programa se mantuvo fiel a su objetivo de controlar e informar sobre la actividad de orientación golpista de los militares chilenos.

Durante agosto, septiembre y octubre de 1969, se ve claramente por los informes de los agentes que el aumento de la insatisfacción y el malestar dentro de las fuerzas armadas estaba llevando a una situación de inestabilidad militar. Estos sucesos culminaron en la truncada revuelta militar de octubre de 1969 -el "Tacnazo", llamada después así por Tacna de la ciudad donde ocurrió. Lo cerca que estuvo este "Tacnazo" amateur de acariciar el éxito fue una lección para recordar, particularmente en los albores de la inminente elección presidencial de 1970 y la seria posibilidad que Salvador Allende resultara victorioso.

B. PLAN DE ACCIONES II

Las actividades de acción encubierta del Plan de Acciones II para organizar un golpe militar que impidiera a Allende la presidencia cogió a la Central de Santiago desprevenidos. Sus dos colaboradores entre los militares chilenos no estaban en posición de iniciar un golpe. Para llevar a cabo la misión dirigida por Washington, la Central tuvo que utilizar un agregado militar de los Estados Unidos y otros contactos desarrollados apresuradamente con los dos principales grupos militares de conspiración del ejército chileno. Estos contactos no sólo informaban los planes de los grupos sino que también transmitían las instrucciones de la Central acerca de los mecanismos y la planificación, además pasaban indicaciones del apoyo del gobierno de los Estados Unidos para el consiguiente éxito golpista. Con la muerte de Schneider, las acciones de los golpistas rompieron desordenadamente, dejando a la Central sólo con sus colaboradores iniciales en el ejército. Ello llevó a que la Central tardara otros diez meses en reorganizar una red de agentes entre los cautelosos militares chilenos.

Como parte de este atentado para inducir al ejército chileno a intervenir antes de la votación en el congreso el 24 de octubre, los Estados Unidos habían amenazado con cortar la ayuda militar si los militares rechazan actuar. Eso fue acompañado de una promesa de apoyo para los momentos posteriores de un golpe de estado. Sin embargo, la asistencia militar no se recortó durante el periodo de confirmación de Allende (ver Tabla III). Las ventas militares saltaron rápidamente de 1972 a 1973 e incluso más aún

de 1973 a 1974 después del golpe (ver Tabla IV). El entrenamiento de personal militar chileno en Panamá también aumentó durante los años de Allende (ver Tabla V).

C. 1970-1973

Después del fracaso del Plan de Acciones II, la CIA reorganizó su red de contactos y continuó cerca de los oficiales del ejército chileno para controlar los desarrollos dentro de las fuerzas armadas. Por su parte, los oficiales estaban al corriente de que los Estados Unidos con anterioridad habían buscado un golpe para evitar que Allende llegara a ser presidente debían estar al tanto de las indicaciones de continuidad del apoyo por parte de los Estados Unidos para un golpe militar.

En septiembre de 1971 una nueva red de agentes estaba preparada y la Central recibía casi diariamente informes de una nueva conspiración para un golpe militar. La Central y la Jefatura comenzaron a explorar vías para utilizar esta red. Al mismo tiempo, y de forma paralela, la Central y la Jefatura discutieron la "operación de decepción" diseñada para prevenir a los oficiales chilenos de una implicación cubana, real o supuesta, en el ejército chileno. Durante el otoño de 1971 la Central y la Jefatura entablaron un diálogo acerca tanto de la cuestión general de qué hacer con la red de inteligencia como de los objetivos de operación específicos.

TABLA III. AYUDA MILITAR (1)

Año Fiscal	Programado	Realizado
1966	\$ 8,806,000	\$ 8,366,000
1967	4,143,000	4,766,000
1968	1,801,000	7,507,000
1969	734,000	2,662,000
1970	852,000	1,966,000
1971	698,000	1,033,000
1972	870,000	2,227,000
1973	941,000	918,000
1974	912,000	619,000

(1) Las cifras son del Departamento de Defensa en respuesta a una demanda de documentación de la Comisión Elegida del Senado y no están clasificadas.

TABLA IV. VENTAS MILITARES (1)

Año Fiscal	Pedidos	Entregas
1966	\$1,057,000	\$1,490,000
1967	2,559,000	1,690,000
1968	4,077,000	2,100,000
1969	1,676,000	2,147,000
1970	7,503,000	9,145,000

1971	2,886,000	2,958,000
1972	6.238,000	4,583,000
1973	14,972,000	2,242,000
1974	76,120,000	4,860,000

(1) Las cifras son del Departamento de Defensa en respuesta a una demanda de documentación de la Comisión Elegida del Senado y no están clasificadas.

TABLA V.- ENTRENAMIENTO EN PANAMA (1)

Año Fiscal	Número de personas
1966	68
1967	57
1968	169
1969	107
1970	181
1971	146
1972	197
1973	257
1974	268

(1) Las cifras son del Departamento de Defensa en respuesta a una demanda de documentación de la Comisión Elegida del Senado y no están clasificadas.

La Central propuso , en septiembre, proporcionar información -en parte fabricado por la CIA- que convencería a los oficiales más antiguos del ejército chileno que la unidad de Investigaciones de los Carabineros, con la aprobación de Allende estaban actuando en concierto con la inteligencia cubana (DGI) para reunir información perjudicial para los altos mando del ejército. Se esperaba que esta acción levantara a los militares contra Allende y las relaciones de éste con los cubanos, animando al ejercito a presionar al gobierno para cambiar su orientación y invertirla fuera necesario. Un mes más tarde la Jefatura de la CIA sugirió que la operación de decepción fuera dejada de lado, en favor de proporcionar información "veraz" al líder del grupo golpista ya que la Jefatura y la Central intuían más probalidades de éxito en ello.

Después de una petición de la Central, la Jefatura dio el visto bueno a la operación con el objetivo de formar a los oficiales chilenos más experimentados y mantenerles alerta. En diciembre de 1971 un paquete de material, que incluía una carta elaborada, se pasó a los oficiales chilenos que estaban fuera de Chile. La CIA no recibió ningún informe posterior del efecto, sí es que la hubo, que tuvo esta "información" en el ejército chileno. Mientras que la concepción inicial de la operación incluía una serie de pasos, no se entregaron nuevos paquetes.

El diálogo Central/Jefatura sobre el uso de la red de inteligencia se producía paralelamente a la discusión de la "operación de decepción". En noviembre la Central sugirió que el fin último del programa de penetración militar era un golpe militar. La

Jefatura respondió rechazando esa formulación del objetivo, avisando que la CIA no tendría la aprobación de la Comisión 40 si había implicación en un golpe. Sin embargo, la Jefatura reconoció la dificultad de dibujar una línea entre controlar una conspiración golpista y estar involucrado en ella. También comprendía el deseo del gobierno de los Estados Unidos para mantener en la clandestinidad los tratos con los conspiradores, por las razones que fuesen, bien podría darles a entender el apoyo de los Estados Unidos para sus planes futuros.

Durante 1970-1973, la Central recogió información operacional necesaria en el caso de un golpe -listas de arrestos, instalaciones civiles claves y personal que necesitaría protección, instalaciones gubernamentales claves que podrían ser necesarias para tomar el control, y planes de contingencia del gobierno que serían usados en caso de un levantamiento militar. Según la CIA los datos se recogieron sólo por la posibilidad de futuras peticiones de la Jefatura y nunca se pasó al ejército chileno.

La red de inteligencia continuó informando durante 1972 y 1973 de las actividades de la conspiración golpista. Durante 1972 la Central continuó controlando el grupo que podría lograr con éxito el golpe, y gastó una importante cantidad de tiempo y esfuerzos infiltrando este grupo como no lo había hecho anteriormente con ningún otro grupo. Este grupo llamó inicialmente la atención de la Central en octubre de 1971. En enero de 1972 se había infiltrado en él con éxito y contactaba con su líder a través de un intermediario.

A finales de 1971 y comienzos de 1972, la CIA adoptó una postura más activa bis a bis con su programa de penetración militar, incluyendo un intento a corto plazo para financiar un panfleto de noticias en contra del gobierno dirigido a los servicios del ejército, compilación de listas de arrestos y otros datos operacionales, y su operación de decepción.

Los informes de inteligencia sobre la conspiración golpista alcanzaron dos periodos cumbre, uno en la última semana de junio de 1973 y el otro durante finales de agosto y las dos primeras semanas de septiembre. Está claro que la CIA recibió informes de inteligencia durante los meses de julio, agosto y septiembre de 1973 del plan golpista a través del grupo que llevó a cabo con éxito el golpe del 11 de septiembre

Las acciones de recopilación de información referente al ejército chileno incluía actividades que iban más allá de la mera recopilación de información. Generalmente, estas acciones deben ser vistas en el contexto de la oposición de los Estados Unidos, de forma abierta y encubierta, al gobierno de Allende. Estas ponen al gobierno de los Estados Unidos en contacto con aquellos chilenos que buscaban una alternativa a la presidencia de Allende.

F.Después de 1973

1. Chile después del Golpe

Después del 11 de septiembre de 1973, el golpe, la Junta militar, liderada por el General Augusto Pinochet, se movió rápidamente para consolidar su recién adquirido poder. Los partidos políticos prohibidos, el Congreso suspendido indefinidamente, se

instauró la censura en la prensa, partidarios de Allende y otros opositores declarados al nuevo régimen fueron llevados a prisión, y las elecciones se pospusieron indefinidamente.

Las esperanzas de recuperar la democracia en Chile habían mejorado poco durante los dos últimos años. En 1975 el Procurador de Inteligencia Nacional (NIE) declaró que las fuerzas armadas chilenas estaban decididas a vigilar una moratoria prolongada de la política y la renovación del sistema político chileno.

El NIE declaró que la Junta había establecido controles autoritarios sobre la vida política chilena, los cuales por lo general continuaban operativos. Declaró ilegales los partidos marxistas en Chile así como otros partidos que habían estado comprometidos con la coalición de Allende. Además, el Partido Demócrata-Cristiano y el Nacional estaban en receso involuntario. Estos dos partidos fueron prohibidos de cualquier actividad política y restringidos a funciones puramente domésticas.

Además, los cargos concernientes a violación de los derechos humanos en Chile continúan apuntando a la Junta. Más recientemente, un informe de Naciones Unidas acusó que los "centros de tortura" estaban operativos en Santiago y otras partes del país. Los extensos documentos informaron el 14 de octubre de 1975, de la lista de 11 centros donde se declaraba que prisioneros estaban siendo interrogados " bajo métodos que se consideran como tortura". El gobierno de Pinochet había ofrecido inicialmente cooperación al grupo de Naciones Unidas (U.N), incluyendo completa libertad de movimiento en Chile. Sin embargo, seis días antes de la llegada de un grupo de la organización a Santiago el gobierno notificó al grupo que la visita quedaba cancelada.

2. Actividades de la CIA posteriores al golpe en Chile

El presupuesto de acción encubierta para Chile fue cortado radicalmente después del golpe y todos los proyectos anti -Allende excepto uno, el proyecto principal de propaganda, concluyeron. Las actividades encubiertas en Chile posteriores al golpe fueron la continuación o adaptación de proyectos anteriores, más que nuevas iniciativas.

El objetivo de la acción encubierta inmediatamente posterior al golpe era ayudar a la Junta para que consiguiera una imagen más positiva, tanto en el país como fuera, y mantener el contacto con los altos mandos del gobierno chileno. Otro objetivo, conseguido en parte a través del trabajo hecho en la organización de la oposición antes del golpe, era ayudar al nuevo gobierno a organizar y llevar a cabo las nuevas políticas. Archivos del proyecto registran que colaboradores de la CIA estuvieron implicados en la preparación de un inicial plan económico que ha servido como base para las decisiones económicas más importantes de la Junta.

Con respecto a la continuidad del proyecto de propaganda, un número de actividades, incluyendo la elaboración de libros, envíos de correo, un programa de información militar, y la coordinación de medios de comunicación terminaron. Sin embargo, el acceso a ciertos medios de comunicación chilenos fueron mantenidos para facilitar a la Central de la CIA en Santiago la ayuda para llevar a cabo el apoyo público al nuevo gobierno así como para influir en la dirección que tomara el gobierno, a través de presiones ejercidas por los medios de comunicación. Esta tentativa en los medios de comunicación iba dirigida a presentar a la Junta de la manera más positiva a la opinión

pública chilena y ayudar a periodistas extranjeros en Chile para obtener material sobre la situación local. Además, dos colaboradores de la CIA ayudaron a la junta en la elaboración de un Libro Blanco de Cambio en el Gobierno de Chile. El Libro Blanco publicado por la Junta poco tiempo después del golpe, fue escrito para justificar el derrocamiento de Allende. Se distribuyó ampliamente tanto en Washington como en otras capitales extranjeras.

Después del golpe, la CIA renovó los lazos con los aparatos de seguridad del gobierno Chileno y las fuerzas de inteligencia, relaciones que habían sido interrumpidas durante el periodo de Allende. Había preocupación dentro de la CIA de que las relaciones con tales organizaciones pudieran dejar a la Agencia expuesta a cargos de ayuda a la represión política; los oficiales sabían que, mientras la mayoría del apoyo de la CIA a varias de las fuerzas chilenas había sido diseñado para ayudarles a controlar la subversión desde fuera, el apoyo también podría ser adaptado al control de la subversión interna. Sin embargo, la CIA dejó claro a los chilenos que no habría más apoyo para ser usado en la represión política interna. Además, la CIA intentó influir en la Junta para que ésta mantuviera las normas que había establecido en sus "Instrucciones para el gobierno de los detenidos" el cual siguió fielmente.

IV. Chile: Autorización, Valoración y Supervisión(*)

V. Conclusiones Preliminares

Señalar toda la discusión de la interferencia Americana en los asuntos internos de Chile es la cuestión básica del porqué los Estados Unidos desde el comienzo montaron tan extenso programa de acción encubierta en Chile -y porqué continuó, e incluso se expandió, a comienzos de 1970.

La acción encubierta ha sido un elemento clave de la política exterior de los Estados Unidos hacia Chile. El eslabón entre la acción encubierta y la política exterior fue obvio durante la década entre 1964 y 1974. En 1964, el compromiso de los Estados Unidos para una reforma de democratización vía la Alianza por el Progreso y la ayuda exterior secreta se sostuvo gracias al apoyo secreto para la elección del candidato del partido demócrata cristiano, un candidato y un partido para el que la Alianza parecía hecha a medida. Durante 1970 el gobierno de los Estados Unidos intentó, secretamente, evitar que Allende llegara a la presidencia de Chile. Cuando todo esto falló, el apoyo secreto a su oposición formó una tríada de acciones oficiales: ayuda encubierta a fuerzas de la oposición, una postura diplomática: "fría pero correcta", y presión económica. Del apoyo a fuerzas que los Estados Unidos consideraron como democráticas y progresistas en Chile, al final hemos terminado apoyando y animando el derrocamiento de un gobierno elegido democráticamente.

A. Acción Encubierta y Política Exterior de los Estados Unidos.

En 1964, los Estados Unidos se implicaron masivamente con actividades encubiertas en Chile. Esta implicación fue vista por los políticos de los Estados Unidos como consecuente con la política exterior americana y los objetivos de la Alianza para el

Progreso. La elección en Chile de un candidato de la izquierda moderada fue la piedra angular de la política de los Estados Unidos hacia Latinoamérica.

No está claro en los archivos si el proyecto electoral de 1964 fue una intervención en apoyo de una buena causa. Si está claro que el grado de implicación generó compromisos y expectativas en ambas partes. Para los Estados Unidos, se crearon colaboradores y canales de apoyo que podrían ser usados de nuevo. Para los grupos chilenos que recibían ayudas, estos fondos se convirtieron en una expectativa con la que contar. Así, en 1970 cuando la oposición a Allende se convirtió en el objetivo primario de la acción encubierta, la estructura de acción encubierta desarrollada en 1964 para el apoyo encubierto a partidos políticos estaba bien consolidada.

Una cuestión fundamental surge acerca del modelo seguido por la actividades encubiertas de los Estados Unidos: **¿Era la toma de la presidencia de Salvador Allende la amenaza vital a los intereses de la seguridad nacional de los Estados Unidos para justificar varios de los mayores intentos encubiertos para impedir su ascensión al poder?** Tres Presidentes Americanos y sus consejeros evidentemente así lo creyeron.

Una justificación para la intervención encubierta en la política chilena fue pronunciada por Henry Kissinger en su declaración a la prensa el 16 de septiembre de 1970, el día después de la reunión de Nixon con Helms. Él argumentó que una victoria de Allende podría ser irreversible para Chile, podría afectar a las naciones vecinas y representaría "grandes problemas" para los Estados Unidos en Latinoamérica:

Yo no he encontrado nadie que crea firmemente que si Allende gana, haya probabilidades de otra elección libre en Chile... Ahora es bastante fácil para uno predecir que si Allende gana, hay bastantes posibilidades de que él establecerá durante un periodo de años algún tipo de gobierno comunista. En ese caso, nosotros no tendríamos una isla alejada (Cuba) que no tiene unas relaciones establecidas e impacto en Latinoamérica, sino que uno de los principales países de Latinoamérica estaría gobernado por un gobierno comunista, unido, por ejemplo a Argentina... Perú... y Bolivia... Por tanto yo no creo que debamos engañarnos a nosotros mismos sobre el mandato de Allende y Chile no presentaría grandes problemas para nosotros, y para las fuerzas democráticas y para las fuerzas pro Estados Unidos en Latinoamérica, e incluso para todo el Hemisferio Occidental.

Otra argumentación para la implicación de los Estados Unidos en los asuntos internos de Chile fue ofrecida por un oficial de alto rango que testificó ante la Comisión. Él habló de la posición de Chile en 1970. dentro de una estratégica partida de ajedrez mundial En esta analogía, Portugal podría ser un alfil, Chile una pareja de agentes, quizás más. En la estrategia de la partida de ajedrez mundial, una vez que pierdes una posición, siguen una serie de consecuencias. Los enemigos de los Estados Unidos procederían a utilizar la nueva oportunidad, y nuestra capacidad para hacer frente al desafío estaría limitada por cualquier pérdida americana.

B. Mando Ejecutivo y Control de la Principal Acción Encubierta

En el seguimiento de la partida de ajedrez chilena, particularmente los intentos para evitar la ascensión de Allende al poder o su mantenimiento en el poder una vez elegido, el mando y el control Ejecutivo de la principal acción encubierta fueron firmes y bien dirigidos. Los procedimientos internos de la CIA para controlar los programas fueron bien definidos y los procedimientos creados por los oficiales de la Central explicados a sus supervisores en Washington. Acciones unilaterales por parte de la Central fueron virtualmente imposibles.

Además los resultado del mando y control de la Central son *Explicables*: los procedimientos para asegurar esas acciones encubiertas permanecen y son explicables tanto para los políticos experimentados y jefes de política exterior de la rama Ejecutiva como para el Congreso.

El expediente de las actividades secretas en Chile sugiere que, a pesar de establecerse procesos ejecutivos de autorización y control generalmente estaban unidos a, los había - y hay- auténticos fallos en estos procesos:

Decisiones acerca de QUE proyectos de acción encubierta eran presentados a la Comisión 40 y cuales se sometían a estudio dentro de la CIA en base a determinaciones de la Agencia en función de la sensibilidad política del proyecto.

La forma en la que los proyectos de acción encubierta se clarificaban con el embajador y diferentes oficiales del Departamento de Estado. Ello dependía -y todavía depende- en cuan interesados estuvieran los embajadores y lo próximos que estuvieran a sus Jefes de Central.

Una vez que los principales proyectos eran aprobados por la Comisión 40, a menudo continuaban sin seguimiento del asunto por la Comisión. La Agencia llevaba revisiones anuales del estado en que se encontraban los proyectos, pero la Comisión 40 no emprendía una revisión a menos que se recomendara la inspección de un proyecto, o hubiera algún cambio importante en el contenido.

También está el problema de controlar los proyectos clandestinos no etiquetados como "acción encubierta". La compilación clandestina de información sobre personas *no* es tema de revisión de la Comisión 40. Pero estos proyectos pueden exactamente en la misma línea de sensibilidad política como una "acción encubierta"; desconocemos los contactos de los Estados Unidos con los militares Chilenos durante 1970-73. De igual forma, por razones de seguridad, los embajadores normalmente conocían a los infiltrados de la CIA sólo por una descripción general, no por su nombre. Esta práctica puede ser aceptable, proporcionar la descripción es suficiente para informar al embajador del riesgo que corría un informante específico y permitía al embajador decidir si ese colaborador debía ser usado o no.

Ahí está la cuestión de los peligros derivados cuando los mecanismos establecidos por la rama ejecutiva como responsable de la seguridad interna, eran burlados o se frustraban.

Por instrucciones del Presidente, el Plan de Acciones II fue concebido para que fuera operativo sin informar al Embajador de los Estados Unidos en Santiago, al Departamento de Estado, o a cualquier otro miembro de la Comisión 40 excepto Henry Kissinger. Por este motivo, el Presidente y sus consejeros negaron su intervención como asesores gubernamentales acerca de la política chilena. Y dejaron al embajador en Santiago en una posición en que debía tratar cualquier desavenencia política, de un proyecto del que él no estaba informado.

El peligro era mayor aún. Cualquiera que fuese la verdad acerca de la comunicación entre la CIA y la Casa Blanca después del 15 de octubre de 1970 -una cuestión sujeta a testimonios contradictorios- todos los implicados estaban de acuerdo en que el Plan de Acciones II constituía un mandato con libertad de acción para la CIA. La Agencia creía que tenía una autorización virtualmente de *carte blanche*; además, se sentía bajo una presión extrema para evitar que Allende llegara al poder, con un golpe de estado si fuera necesario. Tuvo escasas directrices acerca de las posteriores aclaraciones que necesitarían obtener de la Casa Blanca. Bajo estas condiciones, las consultas previas de la CIA a la Casa Blanca sobre acciones específicas eran muy poco minuciosas.

C. El papel del Congreso

En las manos del Congreso está la responsabilidad para asegurar que el Poder Ejecutivo responda plenamente del compromiso político de las actividades secretas. El expediente de Chile por ser incompleto es heterogéneo y con lagunas.

Los expedientes de la CIA recogen un número de sesiones informativas de comisiones del Congreso sobre la acción encubierta en Chile. Estos expedientes, sin embargo, no revelan la duración ni detallan el nivel de estas reuniones. Verdaderamente, el expediente sugiere que las sesiones eran incompletas y con posterioridad a los hechos. La situación mejoró después de 1973, aparentemente como resultado de las comisiones del Congreso que desarrollaron una actividad más exhaustiva en sus funciones de supervisión. Incluso más, en la Sec. 662 del Acto de Ayuda Exterior se señala la imposibilidad de la realización de grandes proyectos sin que las comisiones del Congreso hayan sido informadas apropiadamente.

El expediente deja sin contestar una serie de cuestiones. Estas pertenecen tanto a como actuó posteriormente la Agencia y lo interesadas y persistentes que fueron las comisiones del Congreso. ¿Tuvieron los miembros del Congreso, por ejemplo, la oportunidad de objetar proyectos concretos antes de que los proyectos fueran llevados a cabo? ¿Estaban ellos de acuerdo? Hay también un tema de jurisdicción. La CIA y oficiales del Departamento de Estado adoptaron la postura de que ellos estaban autorizados a revelar las operaciones de la Agencia sólo a aquellas comisiones de supervisión que consideraran apropiadas.

D. Criterios de Inteligencia y Operaciones Encubiertas

Un repaso de los criterios de inteligencia sobre Chile ofrecidos por analistas de los Estados Unidos durante el periodo crítico de 1970-1973 *no* ha establecido si estos juicios tuvieron lugar cuando los políticos de los Estados Unidos formularon y aprobaron las operaciones secretas. Esta investigación de la pertinencia de las apreciaciones de inteligencia y los memorándum ha establecido que los juicios de los analistas sugerían cautela y moderación mientras que los imperativos políticos demandaban acción.

Incluso dentro de la Agencia Central de Inteligencia, procedimientos para orientar las consideraciones de los analistas de inteligencia referidos a propuestas de acciones encubiertas, fueron fortuitos -y generalmente no efectivos. Esta situación ha mejorado; ahora las propuestas de acción encubierta generalmente llegan ante el Director suplente para Inteligencia y la supervisión del Director de Inteligencia Nacional; pero los agentes todavía están separados de los analistas de inteligencia, cuya tarea exclusiva es entender y prever la política exterior. Por ejemplo, los analistas que elaboraron los más prestigiosos análisis de inteligencia del gobierno -NIE- pueden incluso no haber conocido las acciones encubiertas de los Estados Unidos en Chile.

La experiencia Chilena sugiere que la Comisión tenga serias interrogantes sobre la idoneidad de alojar las responsabilidades sobre análisis nacionales Y la conducción de las actividades operativas en la misma persona -el Jefe de la Central de Inteligencia- creando un inherente conflicto de intereses y juicios.

E.Efectos de los Principales Programas de Acción Encubierta

Programas de Acción Encubierta tan costosos y tan complejos como los establecidos por los Estados Unidos en Chile tienen pocas probabilidades de mantenerse en secreto. En Chile en 1964, había simplemente demasiado dinero sin justificar, demasiadas hojas sueltas, demasiados programas de radio. Que los Estados Unidos estuvieron implicados en las elecciones se da por sentado en Latinoamérica desde hace muchos años.

La implicación en 1964 creó una presunción en Chile y en otros lugares de Latinoamérica que el gobierno de los Estados Unidos volvería a estar implicado de nuevo en 1970. Esto hizo que mantener el secreto fuera una tarea muy difícil, incluso a pesar de que la implicación de la CIA fue bastante menor en 1970 de lo que había sido en 1964.

Cuando las actividades secretas en Chile pasaron a ser de dominio público, los costos eran obvios. Los Estados Unidos fueron vistos, por sus acciones encubiertas, cogidos contradiciéndose no sólo en sus declaraciones oficiales sino también su doctrina de obligaciones y principios largamente mantenidos. En la misma época se proclamó un "perfil bajo" en las relaciones con Latinoamérica, el gobierno de los Estados Unidos perseguía fomentar un golpe en Chile.

Los costes que habían "volado" de las principales aventuras encubiertas estaban suficientemente claros. Pero existían costes que hubieran tenido que pagarse incluso si las operaciones se hubieran mantenido en secreto durante largos periodos de tiempo. Algunos de estos costes pueden agregarse también dentro de los cálculos de las operaciones encubiertas: los éxitos pueden convertirse en fracasos. Varios oficiales a los cuales la Comisión tomó testimonio sugerían que el pobre espectáculo que presentaba el Partido Demócrata Cristiano en 1970 era, en parte, atribuible a anteriores apoyos americanos encubiertos. Por supuesto había muchas causas de ese pobre espectáculo, pero en 1964 el PDC había soslayado la necesidad de desarrollar sus propias organizaciones entre las clases populares. La CIA hizo mucho de esto por ellos. En 1970, con una menor actividad en favor del Partido Demócrata Cristiano, el PDC vaciló.

Por supuesto, los costes más importantes, incluso de las acciones encubiertas que permanecen en secreto, son los Ideales Americanos acerca de las relaciones entre las naciones y los gobiernos constitucionales. En el caso de Chile, algunos de esos costes fueron más allá de la idea original: testimonios de la implicación de militares del ejército de los Estados Unidos en el Plan de Acciones II atentaron para derrocar un gobierno civil democráticamente electo.

Existen también efectos a largo plazo en las acciones encubiertas. Muchos de ellos pueden ser adversos. Esto afecta a los Americanos al ser unas instituciones extranjeras. Las instituciones chilenas a las que los Estados Unidos más favorecieron pueden haber sido desacreditadas dentro de su propia sociedad por el hecho de su apoyo secreto. Particularmente en Latinoamérica, incluso la sospecha de apoyo de la CIA puede ser el beso de la muerte. Podría ser el irónico final de una década de acción encubierta en Chile si esa acción destruye la credibilidad de los Demócratas Cristianos Chilenos.

Los efectos en instituciones americanas son menos obvios pero no menos importantes. Instituciones privadas y gubernamentales americanas con propósitos propios legítimos, pueden haber sido desacreditadas por la corrupción de la acción encubierta. Incluso si instituciones particulares no hubieran estado implicadas en la acción encubierta, ellas pueden haberse corrompido en su percepción de los Latinoamericanos a causa de la perversidad de la actividad clandestina de los Estados Unidos.

Al final, la totalidad de la política los Estados Unidos pudo verse afectada. La disponibilidad de medios "extraordinarios" puede alterar la apreciación de los oficiales sobre los costes y la envergadura de la política encubiertas. Puede hacer que se aplaze la fecha cuando políticas en desuso se abandonan y se adoptan otras nuevas. El proyecto electoral de 1964, se puede argumentar como parte de un acercamiento "progresivo" a Chile. El proyecto estaría justificado por el deseo de elegir reformadores democráticos, sí quizás se pudiera probar, lo que no se ajusta a la realidad. En 1970, la acción encubierta se había convertido enteramente en defensora de un objetivo: evitar que Allende saliera elegido. Los Estados Unidos declaraban un "perfil bajo" pero al mismo tiempo actuaron secretamente para asegurarse que las elecciones chilenas salieran bien, un "perfil bajo" no sostenido.

Un caso especial de preocupación son las relaciones entre las agencias de inteligencia y las corporaciones multinacionales.

En 1970, la política gubernamental de los Estados Unidos prohibió el apoyo secreto de la CIA a un partido o candidato concreto. Al mismo tiempo, la CIA proporcionó orientación a la dirección de una corporación multinacional América sobre como suministrar un tipo de apoyo directo. Esto incrementó todos los peligros de ser descubiertos, y acabó con muchas de las medidas de seguridad y control que estaban normalmente presentes en operaciones estrictamente encubiertas de la CIA. Se dio la aparición de relaciones impropriadamente estrechas entre la CIA y compañías multinacionales cuando el antiguo Jefe John McCone usaba contactos e información obtenida mientras que la CIA aconsejaba a corporaciones en las que él estaba como parte del Consejo de Dirección. Estas actuaciones fueron en aumento debido a los contactos entre la Agencia y las corporaciones extendida en 1970 a la discusión e incluso planificación de la intervención corporativa en el proceso electoral chileno.

El problema de la cooperación se exacerbó cuando una compañía cooperante -como ITT- fue llamada a testificar ante una Comisión de Competencias del Congreso. La Agencia pudo entonces ser colocada ante la tesitura de presentarse para que se mostrara en el expediente los hechos, cuando creía que el testimonio dado en nombre de una compañía cooperante era falso. La situación es difícil, ya que la presentación de la Agencia puede revelar fuentes sensibles y métodos, por los cuales se sabrían los hechos o puede hacer público la existencia de operaciones secretas en marcha.

Este informe no intenta ofrecer un juicio final en cuanto a corrección política, moralidad, o acerca de la efectividad de la actividad encubierta americana en Chile. ¿Pudo la presidencia de Allende plantear una amenaza que justifique la implicación secreta americana en Chile? ¿Justifica esto el específico e inusual intento de fomentar un golpe militar y negar la presidencia a Allende? En 1970, los Estados Unidos buscaban fomentar un golpe militar en Chile para evitar que Allende tomara el poder; sin embargo después de 1970 el gobierno -según testimonio de sus oficiales- no se ocupó de la conspiración golpista. ¿Fue 1970 un error, una aberración? O ¿Fue la amenaza planteada a los intereses de seguridad nacional de los Estados Unidos tan grave que el gobierno estaba negligente en no buscar su caída directamente durante 1970-73? ¿Qué responsabilidad recae sobre los Estados Unidos por la crueldad y la represión política que ha definido el sello del actual régimen en Chile?

En estas cuestiones los miembros de la Comisión difieren. Al igual que los ciudadanos americanos. Sin embargo el mandato de la Comisión no es tanto juzgar el pasado como dar recomendaciones para el futuro. Moviéndonos desde casos anteriores a las pautas futuras, lo que es importante dejar claro es que la acción encubierta ha sido entendida a medio camino entre la representación diplomática y el uso secreto de fuerza militar. En el caso de Chile, este camino intermedio puede haber estado demasiado lejos de lo tolerable. Dados los costes de la acción encubierta, sólo se debería recurrir a ella cuando se presentara una violenta amenaza a la seguridad nacional de los Estados Unidos. Está claro que no era ese el caso de Chile.

Apéndice Cronológico: Chile 1962-1975(1)

1962

El Grupo Especial aprueba \$50,000 para reforzar al partido demócrata cristiano (PDC); posteriormente aprueba una cantidad adicional de \$180,000 para reforzar al PDC y su líder, Eduardo Frei.

1963

El Grupo Especial aprueba \$20,000 para un líder del partido radical (PR); más tarde aprueba una cantidad adicional de \$30,000 para apoyar a los candidatos del PR en las elecciones municipales de abril.

Abril 8 Los resultados de las elecciones municipales muestran que el PDC ha desplazado al PR como partido más importante.

1964

Abril *El Grupo Especial aprueba \$3,000,000 para asegurar la elección del candidato del PDC Eduardo Frei.*

Mayo *El Grupo Especial aprueba \$160,000 para apoyar a la gente de barrios marginales y organizaciones de campesinos del PDC.*

Septiembre 4 Eduardo Frei es elegido presidente con el 55.7 por ciento de los votos.

Octubre 2 *Ralph A. Dungan es designado embajador de los Estados Unidos en Chile.*

1965

La Comisión 303 aprueba \$175,000 para ayudar a los candidatos seleccionados en las elecciones al Congreso.

Marzo 7 El PDC gana con mayoría absoluta en la Cámara de los Diputados; se convierte en el partido mayoritario del Senado.

Noviembre 15 Salvador Allende, en una entrevista para el New York Times, sugiere que los Estados Unidos formaban parte de ciertas "fuerzas externas" que habían causado su derrota en las elecciones presidenciales de 1964.

1967

Junio 16 *Edward M. Korry ocupa el puesto de Ralph A. Dungan como embajador de los Estados Unidos en Chile*

La Comisión 303 aprueba \$30,000 para reforzar una facción del partido radical.

1968

Julio 12 *La Comisión 303 aprueba \$350,000 para ayudar en la elección de candidatos en las elecciones presidenciales de marzo de 1969.*

1969

Marzo 1 Las elecciones al Congreso reflejan un aumento del apoyo al partido nacional y una pérdida de resultados en el refuerzo del demócrata cristiano.

Abril 15 *En una reunión de la Comisión 303 se plantea la cuestión de si se debería hacer algo con respecto a las elecciones presidenciales de 1970 en Chile. Representantes de la CIA señalan que una operación electoral no sería efectiva a menos que comenzara lo suficientemente pronto.*

Octubre 21 Unidades del ejército emplazadas en Tacna, Chile, se sublevan, aparentemente con la intención de dramatizar la demanda militar de una subida de salario. La rebelión, encabezada por el General Roberto Viaux, es ampliamente interpretada como un golpe abortado.

1970

Marzo 25 *La Comisión 40 aprueba \$125,000 para una "operación de ruina" contra la coalición de unidad popular de Allende (UP).*

Junio *La posibilidad de una victoria de Allende en Chile es planteada en una reunión del Consejo de Dirección de ITT. John McCone, antiguo director de la CIA, y, al mismo tiempo, un consejero de la CIA y Director de ITT, posteriormente sostiene varias conversaciones acerca de Chile con Richard Helms, el actual Jefe de la CIA.*

Junio 27 *La Comisión 40 aprueba \$300,000 para operaciones adicionales de propaganda contra Allende.*

Julio 16 *John McCone acuerda una conversación a William Broe (CIA) con Harold Geneen (ITT). Broe le dice a Geneen que la CIA no puede distribuir fondos de ITT pero promete aconsejar a ITT en como canalizar sus propios fondos. Más tarde ITT pasa \$350,000 a la campaña de Alessandri a través de un intermediario.*

Agosto 18 *El Estudio Memorandum de Seguridad Nacional 97 (NSSM) es revisado por el Grupo Interdepartamental; el Grupo considera un rango de opciones para forjar relaciones amistosas con Allende.*

Septiembre 4 Salvador Allende gana con un 36.3 por ciento de los votos en las elecciones presidenciales. El resultado final depende del voto en el Congreso el 24 de octubre entre Allende y el segundo, Jorge Alessandri, el cual había obtenido el 35.5 por ciento de los votos. El margen de victoria de Allende era de 39,000 votos sobre un total de 3,000,000 votos.

Septiembre 8, 14 *La Comisión 40 debate la situación chilena. La Comisión aprueba \$250,000 para ser usados por el embajador Korry e influyera en la votación del congreso el 24 de octubre.*

Septiembre 9 *Harold Geneen, Director Ejecutivo de ITT, le dice a John McCone en una reunión del Consejo de Dirección de ITT en New York que él está preparado para colocar hasta \$1 millón con el fin de ayudar a cualquier plan designado por el gobierno para formar una coalición en el Congreso chileno que parara a Allende. McCone está de acuerdo en comunicar esta propuesta a los altos mandos de Washington y algunos días más tarde se reúne con Henry Kissinger y Richard Helms. McCone no recibe una respuesta de ninguno de los dos.*

Septiembre 15 *El presidente Nixon da instrucciones al jefe de la CIA Helms para evitar la ascensión de Allende al poder. La CIA juega un papel directo en la organización de un golpe de estado militar. Esta acción se conoció como Plan de Acciones II.*

Septiembre 16 *En una exposición informal ante la prensa en la Casa Blanca, Henry Kissinger advierte que la elección de Allende sería irreversible, podría afectar a las naciones vecinas, y crearía "grandes problemas" para los Estados Unidos y Latinoamérica.*

Septiembre 29 *Un oficial de la CIA, bajo instrucciones de Richard Helms, se reúne con un representante de ITT. El oficial propone un plan para acelerar el desorden económico de Chile. ITT rechaza la propuesta.*

Octubre *La CIA contacta con conspiradores del ejército chileno; después de una reunión en la Casa Blanca, la CIA intenta aminorar la conspiración retirando al General Viaux, pero sigue generando máxima presión para derrocar a Allende con un golpe; la CIA proporciona granadas de gas lacrimógeno y tres ametralladoras a los conspiradores.*

Octubre 14 *La Comisión 40 aprueba \$60,000 para la propuesta del embajador Korry de comprar una estación de radio. El dinero nunca se gastó.*

Octubre 22 *Después de dos fracasados intentos de atentado el 19 y el 20 de octubre, un tercer intento de secuestro del General del ejército chileno Rene Schneider concluyó con un fatídico disparo.*

Octubre 24 *El Congreso chileno voto 183 a favor de Allende contra 35 de Alessandri.*

Noviembre 3 *Allende es formalmente declarado presidente de Chile.*

Noviembre 13 *La Comisión 40 aprueba \$25,000 para apoyar a los candidatos del partido demócrata cristiano.*

Noviembre 19 *La Comisión 40 aprueba \$725,000 para un programa de acción encubierta en Chile. La aprobación es reemplazada más tarde el 28 de enero de 1971.*

Diciembre 21 El presidente Allende propone establecer una enmienda estatal para el control de las minas y la autorización de expropiación de todas las empresas extranjeras que trabajan en ellas.

1971

Enero 28 *La Comisión 40 aprueba \$1,240,000 para la compra de estaciones de radio y periódicos y para apoyar a candidatos municipales y otras actividades políticas de los partidos anti- Allende.*

Febrero 25 *En su mensaje anual sobre El Estado del Mundo, el presidente Nixon declara, "Nosotros estamos preparados para tener la mejor de las relaciones con el gobierno chileno que él se prepare para tenerla con nosotros".*

Marzo 22 *La Comisión 40 aprueba \$185,000 adicionales para apoyo del partido demócrata cristiano (PDC).*

Abril 4 La coalición de Allende Unidad Popular (UP) consigue el 49.7 por ciento de los votos en 280 elecciones municipales.

Mayo 10 *La Comisión 40 aprueba \$77,000 para la compra de una prensa para el periódico del partido demócrata cristiano. La prensa no se consigue y los fondos son usados para apoyar al periódico.*

Mayo 20 *La Comisión 40 aprueba \$100,000 como ayuda de emergencia al partido demócrata cristiano para pagar deudas a corto plazo.*

Mayo 26 *La Comisión 40 aprueba \$150,000 como ayuda adicional para pagar deudas del partido demócrata cristiano.*

Julio 6 *La Comisión aprueba \$150,000 para apoyo a candidatos de la oposición en una elección bicameral.*

Julio 11 En una sesión conjunta del Congreso chileno, se aprueba unánimemente una enmienda constitucional para permitir la nacionalización de la industria del cobre. La enmienda proporciona una compensación a las compañías del cobre en el plazo de 30 años y con un interés no inferior al 3%.

Agosto 11 *El Banco de Exportación/Importación deniega una petición chilena por valor de \$21 millones en préstamos y préstamos garantizados necesarios para comprar tres aviones para las aerolíneas nacionales LAN-Chile.*

Septiembre 9 *La Comisión 40 aprueba \$700,000 para apoyo del principal periódico de Santiago, El Mercurio.*

Septiembre 28 El presidente Allende anuncia que "los excesos de beneficio" serán deducidos de la compensación que tenía que pagarse a las compañías del cobre.

Septiembre 29 El gobierno chileno asume la gestión de la compañía telefónica de Chile (CHITELCO). ITT poseía el 70% de interés en la compañía desde 1930.

Septiembre 29 *Nathaniel Davis sustituye a Edward Korry como embajador de los Estados Unidos en Chile.*

Octubre *ITT propone a la Casa Blanca un plan con 18 puntos diseñado para asegurar que Allende "no pase de los cruciales próximos seis meses". La propuesta de ITT es rechazada.*

Noviembre 5 *La Comisión 40 aprueba \$815,000 para apoyar a los partidos de la oposición e inducir a una división en la coalición Unidad Popular.*

Diciembre 1 *El partido Demócrata Cristiano y el Partido Nacional organizan la "Marcha de las ollas vacías" de las mujeres para protestar por la escasez de comida.*

Diciembre 15 *La Comisión 40 aprueba \$160,000 para apoyar dos nuevos candidatos de la oposición en las elecciones parlamentarias en enero de 1972.*

1972

Enero 19 *El presidente Nixon emite un informe para clarificar la política exterior ante la expropiación de intereses de los Estados Unidos. El presidente declara que los Estados Unidos esperan una compensación que sea "puntual, adecuada, y efectiva". El presidente avisa que si la compensación no fuera razonable, la nueva ayuda económica bilateral para el país que expropia terminaría y los Estados Unidos retirarían su apoyo a préstamos en consideración a los bancos de desarrollo multilateral.*

Abril 11 *La Comisión 40 aprueba \$965,000 como ayuda adicional a El Mercurio.*

Abril 24 *La Comisión 40 aprueba \$50,000 en un intento de quebrar la coalición de Unidad Popular.*

Mayo 12 *El presidente Allende propone una enmienda constitucional al Congreso chileno para la expropiación de la compañía telefónica chilena del Holding ITT.*

Junio 16 *La Comisión 40 aprueba \$46,000 para apoyar a un candidato en una elección de renovación del parlamento chileno.*

Agosto 21 *Allende declara un estado de emergencia en la provincia de Santiago después de la violencia que se originó en la huelga de un día de la mayoría de los propietarios de tiendas de la capital.*

Septiembre 21 *La Comisión 40 aprueba \$24,000 para apoyar a una organización de empresarios anti- Allende.*

Octubre 10 *La Confederación de Propietarios de Camiones llamó a la nación a una huelga general.*

Octubre 26 *La Comisión 40 aprueba \$1,427,666 para apoyar a partidos políticos de la oposición y organizaciones del sector privado en anticipación de las elecciones al Congreso de marzo de 1973.*

Diciembre 4 Hablando ante la Asamblea General de las Naciones Unidas, el presidente Allende expone que Chile ha sido "víctima de una seria agresión" y añade, "nosotros hemos sentido los efectos a gran escala de presiones externas en contra nuestra".

1973

Febrero 12 *La Comisión 40 aprueba \$200,000 para apoyar a partidos de la oposición en las elecciones al Congreso.*

Marzo 4 En las elecciones al Congreso, la coalición de Allende Unidad Popular gana con un 43.4 por ciento de los votos.

Marzo 22 Conversaciones entre los Estados Unidos y Chile sobre problemas políticos y financieros terminan en un callejón sin salida.

Junio 5 Chile suspende sus envíos de cobre al extranjero al continuar los mineros en huelga.

Junio 20 Miles de médicos, profesores, y estudiantes van a la huelga para protestar por el manejo de Allende en el asunto de la huelga de 63 días de los trabajadores del cobre.

Junio 21 Se desata una ola de tiroteos, explosiones y luchas tras enfrentarse los oponentes y partidarios de una huelga general. El periódico de la oposición, EL MERCURIO, se cierra por orden oficial durante seis días tras una acusación del gobierno de haber incitado a la subversión. Al día siguiente una apelación al tribunal invalida la orden de cierre.

Junio 29 Las fuerzas rebeldes toman el control del centro de Santiago y atacan el Ministerio de Defensa y el Palacio Presidencial ante las tropas leales al gobierno que les cercan y les obligan a rendirse. Este es el primer atentado para derrocar al gobierno elegido en 42 años.

Julio 26 Todos los propietarios de camiones en Chile van a la huelga.

Agosto 2 Los propietarios de más de 110,000 autobuses y taxis van a la huelga.

Agosto 20 *La Comisión 40 aprueba \$1 millón para apoyar a partidos políticos de la oposición y organizaciones del sector privado. Este dinero no se gastó.*

Agosto 23 El general Carlos Prats González dimite como Ministro de Defensa de Allende y Comandante del Ejército. El general Pinochet Ugarte es nombrado Comandante del Ejército el 24 de agosto. La dimisión de Prats es interpretada como un severo golpe a Allende.

Agosto 27 Los propietarios de tiendas en Chile llaman a otra huelga en contra de Allende.

Septiembre 4 Unos 100,000 partidarios del gobierno de Allende marchan en las calles de Santiago para celebrar el tercer aniversario de su elección. La Confederación de Empleados Profesionales comienza un paro laboral indefinido.

Septiembre 11 Militares Chilenos derrocan al gobierno de Salvador Allende. Allende muere durante el levantamiento, según se informa como suicidio.

Septiembre 13 El nuevo gobierno militar nombra Presidente al Comandante del Ejército Pinochet y disuelve el Congreso.

Septiembre - Octubre En octubre la Junta declara ilegales todos los partidos políticos marxistas y pone al resto de los partidos en receso indefinido. Se establece censura de prensa, junto a ello se producen detenciones de opositores al nuevo régimen. Miles de muertes son registradas, incluyendo ejecuciones sumarias.

Octubre 15 *La Comisión 40 aprueba \$34,000 para una estación de radio anti-Allende y costes de viaje de portavoces pro Junta.*

1974

Junio 24 *La Comisión 40 aprueba \$50,000 para acuerdos políticos hechos con el partido demócrata cristiano antes del golpe.*

Septiembre 16 *El presidente Ford reconoce operaciones secretas en Chile.*

Octubre 25 La Comisión Inter/Americana de Derechos Humanos de la O.E.A. informa de " graves violaciones de los derechos humanos" en Chile.

Diciembre 30 *Se corta la ayuda militar de los Estados Unidos.*

1975

Junio 20 Pinochet declara que "no habrá elecciones en Chile durante su mandato ni en el de su sucesor".

Julio 4 Chile rechaza que una Comisión de N. U. de Derechos Humanos entre al país.

Octubre 7 La Comisión de N.U. de Derechos Humanos declara "con profundo disgusto" el uso de la tortura como una práctica política y otras serias violaciones de los derechos humanos en Chile.

Parte de la cronología anterior de los sucesos en Chile están extraídos de cronologías preparadas por el Servicio de Investigación del Congreso ("Chile, 1960-70: Una cronología"; " Chile desde las Elecciones de Salvador Allende: Una Cronología; "Desarrollos en Chile, desde marzo de 1973 hasta el derrocamiento del Gobierno de Allende") y de material contenido en el informe del 21 de junio de 1973 del Senado de Relaciones Exteriores Subcomisión en Corporaciones Multinacionales titulado "ITT y Chile".

(1) Las acciones de los Estados Unidos aparecen señaladas en cursiva.

Notas:

1) Además, las cifras simples son más fáciles de comprender que exagerar la extensión de la acción encubierta de los Estados Unidos. Especialmente, en los años anteriores al golpe militar de 1973, los dólares de la CIA podían ser canalizados a través del mercado negro chileno donde de manera oficiosa a menudo se cambiaban ESCUDOS chilenos cinco veces por encima de la tarifa oficial.

2) La Comisión 40 está a nivel de sub-gabinete del Poder Ejecutivo cuya labor es revisar y proponer las principales acciones secretas. La Comisión ha existido de manera similar desde 1950 bajo diferentes nombres: Panel 5412, Grupo Especial (hasta 1964), Comisión 303 (hasta 1969), y Comisión 40 (desde 1969). Actualmente presidida por el Asistente al Presidente para Asuntos de Seguridad Nacional, la Comisión incluye la Subsecretaría de Estado para Asuntos Políticos, La Subsecretaría de Defensa, el presidente del Estado Mayor Conjunto, y el Jefe de la Central de Inteligencia.

3) Este tema se trata ampliamente en el informe interno de la Comisión, DECLARACIONES DE CONSPIRACION DE ASESINATO DE JEFES EXTRANJEROS, Congreso 94, 1 sesión (noviembre 1975), páginas 225-254.

4) Allende recibió el 36.3 por ciento de los votos, Alessandri el 34.9 por ciento, Radomiro Tomic, el candidato del PDC terminó tercero con el 27.8 por ciento.

5) Las actas de las deliberaciones del Grupo Inter parlamentario y Grupo de Revisión Senior todavía no han sido pasadas a la Comisión.

6) Este periodo, y particularmente el del Plan de Acciones II, se trata con detalle en un informe interno de la Comisión, Declaraciones de Conspiración de Asesinato de Líderes Extranjeros, Congreso 94, Primera sesión. Noviembre 1975, páginas 221-254.

7) Los términos Plan de Acciones I y Plan de Acciones II sólo fueron conocidos por oficiales de la CIA y la Casa Blanca los cuales estaban enterados de la orden del presidente a la CIA del 15 de septiembre.

8) Con ayuda bilateral, los desembolsos continuaron bajo compromisos anteriores. \$54 millones se desembolsaron entre diciembre de 1970 y diciembre de 1972. (cifras del Banco Internacional de Desarrollo)

Nota documental:

Este documento ha sido traducido al español desde la versión original en inglés por el Equipo Nizkor.

El Equipo Nizkor ha realizado la digitalización del original en inglés y de la traducción al español. La versión original del presente documento corresponde al documento: Intelligence Activities. Senate Resolution 21. Hearings before the Select Committee to Study Governmental Operations with Respect to Intelligence Activities of the United States Senate. Ninety-Fourth Congress. First Session.

Volume 7. Covert Action. December 4 and 5, 1975. Printed for the use of the Select Committee To Study Governmental Operations With Respect to Intelligence Activities. U.S. Government Printing Office 67-146 O. Washington : 1976. Stock Number 052-070-03264-2

Si deseas conocer la versión de lo ocurrido dentro de la Moneda el día del Golpe visita: <http://www.derechos.org/nizkor/chile/doc/gap/zepeda.html>

[Volver al inicio del documento.](#)

Editado electrónicamente por el Equipo Nizkor el 15sep00

• [Informe Hinchey sobre las actividades de la CIA en Chile.](#)

[DDHH en Chile](#)



Este documento es publicado en la internet por [Equipo Nizkor](#) y [Derechos Human Rights](#)

ANEXO 2. TABLA MUESTRA.

Tablas fechas y titulares resultantes muestra probalísticao muestra 1.

5 de Sept. de 1970	Estrecho triunfo de allende 995.000 votos Contra, 958.000 de Alessandri y 764.000 de Tomic. (Abajo: Las dos grandes mayorías)
15 de Sept. de 1970	Espectacular accidente ferroviario (Abajo: Fuerzas de aire y tierra finalizan sus preparativos)
25 de Sept. de 1970	Unidad popular estudia garantías perdidas por DC.
5 de Oct. de 1970	Deportiva (Brasil venció a Chile 5 por 1)
15 de Oct. de 1970	Cámara trata hoy la reforma
25 de Oct. de 1970	Proclamado por el congreso pleno Allende presidente: 153 a favor, 35 votos de Alessandri y 7 votos en blanco.
4 de Nov. de 1970	Allende asumió el mando
14 de Nov. de 1970	Expectación en América por relaciones con Cuba.
24 de Nov. de 1970	Reforma constitucional para la legalización del cobre.
5 de Dic. de 1970	Sepultados restos del estudiante Arnoldo Ríos.
15 de Dic. de 1970	Allende: "No hay ni habrá milicias populares en Chile"
25 de Dic. de 1970	Navidad, fiesta de alegrías.
8 de Enero de 1971	Chile y China popular establecieron relaciones.
18 de Enero de 1971	Deportiva (Colo-Colo y U. Española en Match del año).
28 de Enero de 1971	Iniciada reunión de OEA sobre el terrorismo.
5 de Febr.de 1971	Expectación por el alunizaje.
15 de Febr.de 1971	Deportiva (Ismael Moran fue vencedor del tercer Cruce de los Andes.
25 de Febr.de 1971	Expropiado "Ñilahue"
7 de Marzo de 1971	Perspectivas del año judicial.
17 de Marzo de 1971	Investigan las faenas del Cobre.
27 de Marzo de 1971	Segunda constitución de Mesas. (Abajo: Pakistán: Estalla la lucha civil).
8 de Abril de 1971	Presidente Allende analizó resultado de la elección.
16 de Abril de 1971	Perón analiza situación Argentina.
28 de Abril de 1971	Deportiva (Colo-Colo empató con O'Higgins 2-2)
7 de Mayo de 1971	Multa de diez millones de escudos a industria.
17 de Mayo de 1971	Deportiva (La serena ganó 2-1 a Universidad de Chile y sigue como puntero)
27 de Mayo de 1971	Gobierno requisa la industria Ford.
8 de Junio de 1971.	Definición en la universidad de Chile.
18 de Junio de 1971	Cayó mesa de la cámara.
28 de Junio de 1971	Pronta solución para el Beagle.
6 de Julio de 1971	Contraloría rechaza requisición.
18 de Julio de 1971	Promulgada ley que nacionalización el Cobre.
28 de Julio de 1971	Deportiva (Antofagasta sorprendió al puntero).
5 de Agosto de 1971	Apolo regresa.
15 de Agosto de 1971	La protesta surge desde el almacén.
25 de Agosto de 1971	Allende en quito.
4 de Septiembre de 1971	Unidad popular en el gobierno.
14 de Septiembre de 1971	Muertos en refriega entre policías y reos.
24 de Septiembre de 1971	Designado interventor.
4 de Octubre de 1971	Deportiva (Vibrante triunfo de Kovacs en "Fórmula 2")
14 de Octubre de 1971	Prorrogada veda de la carne.

24 de Octubre de 1971	Pablo Neruda, premio Nobel.
3 de Noviembre de 1971	Aprobada reforma constitucional.
13 de Noviembre de 1971	“Sectarismo destruye la revolución”
23 de Noviembre de 1971	Masivo apoyo al plebiscito.
3 de Diciembre de 1971	Santiago declara zona de emergencia.
13 de Diciembre de 1971	Deportiva (Unión San Felipe campeón)
23 de Diciembre de 1971	Congreso pleno se pronunciará sobre reforma de las tres áreas.
3 de Enero de 1972	Dañan sistema de suministro de agua en el teniente.
13 de Enero de 1972	Frei habla con Rancagua (Marambio en la cárcel de Santa Cruz).
23 de Enero de 1972	El desabastecimiento.
2 de Febrero de 1972	Importante documento entregó la I. radical.
12 de Febrero de 1972	Odisea en la Antártida.
22 de Febrero de 1972	Primera entrevista Nixon-Mao.
3 de Marzo de 1972	Mayoría opositora del congreso define problema constitucional.
13 de Marzo de 1972	Deportiva (Triunfó Germán Novión).
23 de Marzo de 1972	Violento incidente entre lisiados y carabineros.
2 de Abril de 1972	El hombre no muere en vano.
12 de Abril de 1972	Esta tarde marcha la democracia.
22 de Abril de 1972	Deportiva (Copa Davis: Espectacular triunfo, ganaron Fillol y pinto en Brasil.)
3 de Mayo de 1972	Norvietnamitas avanzan sobre hue.
13 de Mayo de 1972	Barcos rusos a Vietnam.
23 de Mayo de 1972	Reunión cumbre de Moscú.
2 de Junio de 1972.	Hay dificultades en la UP pero serán superadas.
12 de Junio de 1972	Deportiva (Portugal venció 3-0 a Ecuador y pudo golear)
22 de Junio de 1972	
2 de Julio de 1972	Diagnóstico: Insuficiencia hospitalaria.
12 de Julio de 1972	Metas de producción del cobre no se lograrán este año.
22 de Julio de 1972	Nuevos detenidos en el complot.
1 de Agosto de 1972	Gobierno anunció cambios en el sistema de impuestos.
11 de Agosto de 1972	Critica de S.E. a la UP por discrepancias internas.
21 agosto de 1972	Deportiva (En excelente encuentro naval venció a Magallanes 3 por 2).
31 de Agosto de 1972	Carabinero muere baleado por manifestantes en Concepción.
10 de Septiembre de 1972	Odio en la olimpiada.
20 de Septiembre de 1972	Demostración de fuerza y disciplina.
30 de Septiembre de 1972	Triunfo democrático en la “U”
10 de Octubre de 1972	Masiva protesta por acción de Kennecott.
20 de Octubre de 1972	Paro de la locomoción.
30 de Octubre de 1972	Protectora hizo suyo “El ensayo”.
9 de Noviembre de 1972	Deportiva (Colo-Colo 4 - Naval 2)
19 de Noviembre de 1972	Guerra contra las drogas.
29 de Noviembre de 1972	Calurosa despedida al presidente Allende.
9 de Diciembre de 1972	Devoción y sacrificios en el día de la Virgen.
19 de Diciembre de 1972	Multitudinario rechazo a las JAP.
29 de Diciembre de 1972	Grandioso fue el recibimiento. (Cámara suspende a millas)
8 de Enero de 1973	Deportiva (palestino vuelve a primera.)
18 de Enero de 1973	Acta de arreglo reconoce el desabastecimiento.
28 de Enero de 1973	JAP sin alimento ni libertad.
7 de Febrero de 1973	Son detectados dobles inscripciones electorales.
17 de Febrero de 1973	Constitución de 18.000 mesas receptoras.
27 de Febrero de 1973	Rechazo total al reajuste.
9 de Marzo de 1973	Bombas de IRA estallan en Londres sobre cien heridos.
19 de Marzo de 1973	Deportiva (Colo-Colo mantiene opción).
29 de Marzo de 1973	Deportiva (Colo-Colo clasificado goleó a Emelec 5 a 1.)

8 de Abril de 1973	Síntomas de enfermedad en la medicina curativa.
18 de Abril de 1973	Acción común entre Washington y Moscú.
28 de Abril de 1973	Un muerto en los incidentes. (Violencia marxista en al U. de Chile)
9 de Mayo de 1973	Deportiva (Vibrante empate: Colo-Colo a un paso de la copa)
19 de Mayo de 1973	A golpes mataron al coronel Selich.
29 de Mayo de 1973	Rechazan reanudación de faenas.
8 de Junio de 1973	Emotivo recibimiento.
18 de Junio de 1973	Impresionante solidaridad con mineros.
29 de Junio de 1973	Decretada Zona de emergencia.
8 de Julio de 1973	¿Descarrilamiento de la “Vía chilena”
18 de Julio de 1973	Gobierno confirma que estatizará o requisará las industrias tomadas.
28 de Julio de 1973	Consternación por el crimen de Edecán Naval.
7 de Agosto de 1973	Marxistas matan a jefe policial.
17 de Agosto de 1973	Garantías dio interventor a propietarios de camiones.
27 de Agosto de 1973	Deportiva (Claudia Cortés mejoro dos records en pileta corta)
6 de Septiembre de 1973	Repudio femenino al gobierno.

ANEXO 3. HITOS RELEVANTES

Cronología e Hitos noticiosos (político-sociales) del periodo que va entre el 5 de septiembre de 1970 y el 11 de septiembre de 1973 y en base a la cual se estructuró la muestra cualitativa.

5 de septiembre de 1970	“Ganó Allende” (hay que buscar algo más entre medio)
22 de octubre de 1970	Asesinato del general Schneider
24 de octubre de 1970	El Dr. Salvador Allende Gossens es ratificado por el Congreso pleno como presidente electo de la nación.
3 de noviembre de 1970	Allende asume la presidencia de la nación(Suscripción del “estatuto de garantías constitucionales”)
Abril de 1971	Elecciones municipales
21 de mayo de 1971	Entrega del informe a la nación
8 de junio de 1971	Asesinato de Pérez Zujovic
11 de junio de 1971	Congreso por unanimidad concede al gobierno el apoyo a la reforma constitucional que nacionalizará el cobre.
Noviembre de 1972	La llamada “insurrección de los gremios”
1972	Crisis ministerial y militares
Marzo de 1973	Elecciones parlamentarias
29 de junio de 1973	“El tanquetazo”
26 de julio de 1973	Asesinato del comandante Araya Peters
julio de 1973	DC dice no al diálogo con el gobierno
2 de agosto de 1973	La DC rompe el proceso de negociaciones con el gobierno.
21 de agosto de 1973	Protesta de esposas de generales en la casa del general Prats
23 de agosto de 1973	Renuncia el general Prats

COMPLEMENTOS DEL ÍNDICE

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Discurso Estadio Nacional. 4 de septiembre de 1971.....	15
Figura 2. Frontis de la Casa Central de la Universidad Católica en Santiago de Chile, viernes 11 de agosto de 1967.....	28
Figura 3. Fidel, Camilo Cienfuegos y Huber Matos. Entrada en La Habana, 8 de enero de 1959.....	55
Figura 4. Cartel de reclutamiento estadounidense, 1917.....	61
Figura 5 <i>Atrocity propaganda</i> . Cartel Italiano creación de Renato Artolli y Adele Zandrino, que manifiesta la barbarie de los soldados alemanes, 1918.....	64
Figura 6. Infogramade Laswell.....	88
Figura 7 Cartel que Hitler empleó en las elecciones parlamentarias de 1933, con la consigna “Larga vida a Alemania”.....	98
Figura 8. Anuncio de periódico de venta de uniformes nazis en la tienda de Hugo Boss.	99
Figura 9. Diagrama desinformativo	193
Figura 10. Diagrama Propaganda, desinformación y mentira.....	244
Figura 11. Fotomontaje que muestra un tanque soviético frente al Palacio de la Moneda publicado en <i>El Mercurio</i> el viernes 12 de julio de 1970, como parte de la campaña presidencial de ese año.....	273
Figura 12. Diagrama megaplan.....	287
Figura 13. Murales de brigadas muralistas (BRP) en las calles de Santiago de Chile.....	328
Figura 14. Murales de brigadas muralistas (BRP) en las calles de Santiago de Chile.....	329
Figura 15. Diagrama del discurso manipulador	348
Figura 16. Diagrama de los modelos mentales	348
Figura 17. Portadas de <i>El Mercurio</i> , marzo 7, 1971 (domingo) y marzo 27, 1971(sábado).....	363
Figura 18. <i>El Mercurio</i> , Abril 8, 1973. Portada monográfica.....	382
Figura 19. <i>El Mercurio</i> , Enero 28, 1973. Portada monográfica.....	384
Figura 20. <i>El Mercurio</i> , julio 8, 1973. Portada monográfica.....	385
Figura 21. Diagrama categorías binarias.....	397
Figura 22. <i>El Mercurio</i> , Abril 6, 1971. Portada.....	403
Figura 23. <i>El Mercurio</i> , Septiembre 14, 1971. Portada.....	408
Figura 24. <i>El Mercurio</i> , Diciembre 23, 1971. Portada.....	409
Figura 25. <i>El Mercurio</i> , Octubre 20, 1972. Portada.....	414
Figura 26. <i>El Mercurio</i> , Diciembre 3, 1971. Portada.....	416
Figura 27. <i>El Mercurio</i> , Abril 12, 1972. Portada.....	418

Figura 28. <i>El Mercurio</i> , Septiembre 14, 1971. Portada.....	421
Figura 29. <i>El Mercurio</i> , Junio 28, 1973. Portada.	425
Figura 30. <i>El Mercurio</i> , Septiembre 5, 1970. Portada.	427
Figura 31. <i>El Mercurio</i> , Julio 28, 1973. Portada.	436
Figura 32. <i>El Mercurio</i> , Noviembre 23, 1971. Portada.	440
Figura 33. <i>El Mercurio</i> , Julio 12, 1972. Portada.	442
Figura 34. <i>El Mercurio</i> , Marzo 23, 1973. Portada.....	443
Figura 35. <i>El Mercurio</i> , Abril 28, 1973. Portada.	447
Figura 36. <i>El Mercurio</i> , Noviembre 9, 1972. Portada.	452
Figura 37. “El enano maldito”, <i>Puro Chile</i> , Septiembre 5 de 1970. Portada.	468
Figura 38. Diario <i>Clarín</i> , martes 11 de septiembre de 1973.	469
Figura 39. Masiva concentración del 29 de junio de 1973, frontis del Palacio de la Moneda.	473
Figura 40. Palacio de la Moneda, Martes 11 de Septiembre de 1973.....	499

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1. Elementos constitutivos del concepto propaganda.....	115
Gráfico 2. Grado de dispersión de los elementos constitutivos del concepto.....	116
Gráfico 3. Distribución de las portadas seleccionadas por días de la semana	361
Gráfico 4. Porcentaje de portadas según el número de noticias que publican.....	362
Gráfico 5. Distribución del número de noticias según día de la semana	363
Gráfico 6. Porcentaje de portadas de la muestra según temática tratada.....	365
Gráfico 7. Temáticas publicadas según día de la semana.....	366
Gráfico 8. Temáticas principales distribuidas porcentualmente.....	367
Gráfico 9. Porcentaje del total de noticias según temática y día de la semana.....	368
Gráfico 10. Porcentaje de noticias de Política Nacional y Política Internacional según día de la semana.....	369
Gráfico 11. Noticias sobre política nacional según días de la semana	369
Gráfico 12. Noticias sobre movilizaciones, protestas, concentraciones de carácter nacional según días de la semana (sin considerar domingo)	370
Gráfico 13. Noticias nacionales según si mencionan hechos de violencia.....	371
Gráfico 14. Porcentaje de portadas con noticias nacionales sobre hechos de violencia según el número de unidades noticiosas que contienen.....	372
Gráfico 15. Porcentaje de noticias sobre hechos de violencia nacional que van acompañadas de imágenes.....	372
Gráfico 16. Proporción de noticias nacionales e internacionales en el total de portadas y el total de noticias	373

Gráfico 17. Proporción de noticias internacionales y noticias internacionales referidas a hechos de violencia sobre el total de portadas y el total de noticias	374
Gráfico 18. Noticias internacionales con hechos de violencia política.....	375
Gráfico 19. Reasignación de la violencia política en noticias internacionales con hechos de violencia	376
Gráfico 20. Distribución temática de los titulares principales o primera noticia de las portadas analizadas.....	378
Gráfico 21. Distribución temática de las portadas monográficas	383
Gráfico 22. Distribución temática de las portadas monográficas según año de publicación.	386
Gráfico 23. Distribución temática de las portadas monográficas según día de publicación.	387
Gráfico 24. Noticias sobre EEUU según temática en las portadas de <i>El Mercurio</i>	388
Gráfico 25. Editoriales según categorías temáticas surgidas a partir de las variables de la Pauta Desinformativa	390

ÍNDICES TABLAS

Tabla 1. Síntesis conceptual de “información”	182
Tabla 2. Síntesis conceptual de “desinformación”	185
Tabla 3. Tabulación conceptual y definición operacional de mentira.....	236
Tabla 4. Técnicas de acción encubierta - Gastos en Chile, 1963-73.....	262
Tabla 5. Ayuda Exterior a Chile de Agencias del Gobierno de los Estados y otras Instituciones - Total de Préstamos y Donaciones	292
Tabla 6. Ayuda militar estadounidense a militares chilenos.....	294
Tabla 7. Ventas Militares de EE.UU a Chile	295
Tabla 8. Matriz mega plan	304
Tabla 9. Pauta desinformativa	304
Tabla 10. Clasificación general de temáticas para el análisis de las portadas	356
Tabla 11. Portadas monográficas	372